Sociologie
Antropologie

Mircea Agabrian

ANALIZA DE CONŢINUT

Fundamentarea teoretică a comunicării pune bazele analizei de conţinut moderne, utilizată în mod curent într-o arie largă de domenii – de la studii de piaţă şi studii media până la literatură şi retorică, etnografie şi studii culturale, sociologie şi ştiinţe politice, psihologie şi istorie etc. În plus, analiza de conţinut este în strânsă legătură cu socio- şi psiholingvistica şi joacă un rol hotărâtor în dezvoltarea inteligenţei artificiale. Astăzi, creşterea impresionantă a accesului la informaţia electronică – problemă de interes pentru societate şi membrii ei – a făcut ca analiza de conţinut, în mod particular analiza textului asistată de computer, să devină una dintre cele mai importante tehnici de cercetare în ştiinţele sociale.
Autorul abordează aspectele conceptuale şi problemele metodologice ale analizei de conţinut, oferind în acelaşi timp numeroase elemente-cheie – evidenţiate prin diverse exemple practice – care ar trebui avute în vedere la utilizarea acestei tehnici.

„Lucrarea umple un gol informaţional, resimţit atât în planul cercetărilor empirice, cât şi la nivelul metodologiei sociologice, fiind prima monografie despre analiza conţinutului din literatura de specialitate românească... O monografie utilă nu numai studenţilor, viitori cercetători ai vieţii sociale, dar şi practicienilor din domeniile conexe sociologiei."

Septimiu Chelcea

Analiza de conţinut – tehnică de cercetare nonreactivă • Analiza de conţinut a textului • Structura şi elementele designului cercetării • Analiza de conţinut conceptuală (cantitativă) • Analiza de conţinut relaţională • Analiza de conţinut calitativă • Problemele fidelităţii, validităţii şi generalizării • Funcţii ale programelor specializate de calculator

Collegium


ISBN 973-681-888-8
9789736818882


Editura POLIROM
www.polirom.ro

Sociologie Antropologie
ANALIZA DE CONŢINUT
Mircea Agabrian
Collegium

Sociologie
Antropologie
Mircea Agabrian
ANALIZA DE CONŢINUT



Collegium
POLIROM

Seria *Collegium. Sociologie. Antropologie* este coordonată de Elisabeta Stănciulescu.

Mircea Agabrian este profesor la Facultatea de Drept şi Ştiinţe Sociale (Catedra de Sociologie şi Asistenţă Socială) a Universităţii „1 Decembrie 1918" din Alba Iulia. Este expert evaluator CNCSIS, membru al Asociaţiei Sociologilor din România şi al Asociaţiei Europene de Sociologie; director al Centrului de Cercetări Sociologice al Universităţii „1 Decembrie 1918" din Alba Iulia şi redactor-şef la revista *Annales Universitatis Apulensis* (seria Sociologie) a aceleiaşi universităţi. Domenii de competenţă şi preocupări: cercetarea calitativă a socialului; metodologia integrativă a cercetării calitative şi cantitative; sociopsihologia comunicării; sociologie politică; analiza de conţinut a mesajelor comunicării şi a textelor politice; sociologia educaţiei. A desfăşurat o impresionantă activitate de cercetare ştiinţifică, publicând numeroase articole şi lucrări de specialitate, dintre care amintim: *Sociologie* (Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia, 1999); *Militarii şi politica. O sociologie politică a corpului ofiţerilor* (Napoca Star, Cluj-Napoca, 2000); *Sociologie. Teste de autoevaluare şi crestomaţie* (Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia, 2000); *Introducere în ştiinţa politică* (Napoca Star, Cluj-Napoca, 2000); *Comunicarea. O abordare practică* (Napoca Star, Cluj-Napoca, 2000); *Sociologie* (Napoca Star, Cluj-Napoca, 2000); *Cercetarea calitativă a socialului. Teorie, metodă şi practică* (Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia, 2002); *Autopercepţia unei noi condiţii studenţeşti: învăţământul la distanţă. O cercetare calitativistă* (Napoca Star, Cluj-Napoca, 2002); *Sociologie generală* (Institutul European, Iaşi, 2003); *Cercetarea calitativă a socialului. Design şi performare* (Institutul European, Iaşi, 2004); *Parteneriate şcoală-familie-comunitate. Studiu de caz* (în colaborare cu V. Millea, Institutul European, Iaşi, 2005).

www.polirom.ro

Editura POLIROM
Iaşi, B-dul Carol I nr. 4, P.O. Box 266, 700506
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33; O.P. 37, P.O. Box 1-728, 030174

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României:

AGABRIAN, MIRCEA

Analiza de conţinut / Mircea Agabrian; studiu introd. de Septimiu Chelcea. – Iaşi: Polirom, 2006.

ISBN: 973-681-888-8

I. Chelcea, Septimiu (pref.)

316

Printed in ROMANIA

Mircea Agabrian

ANALIZA DE CONŢINUT

Studiu introductiv de Septimiu Chelcea

POLIROM
2006

COLLEGIUM

Sociologie • Antropologie

Cuprins

Anexe

Studiu introductiv

Analiza conţinutului în metodologia cercetării sociologice

Sintagma *content analysis* din limba engleză (*analyse de contenu* în franceză, *Inhaltsanalyse* în germană sau *analiza conţinutului* în română) are semnificaţii diferite în funcţie de domeniul în care este utilizat (sociologie, psihosociologie, lingvistică, istorie, antropologie, ştiinţele comunicării etc.) şi de metodologia generală în care este integrat. În cele ce urmează mă voi referi strict la analiza conţinutului în cadrul metodologiei cercetărilor sociologice, urmărind să evidenţiez concordanţa dintre rafinarea tehnicilor de analiză a conţinutului comunicării şi evoluţia de ansamblu a metodologiei sociologice.

Dacă lăsăm la o parte precursorii, constatăm că preocuparea pentru fundamentarea metodologică a tehnicilor de analiză a conţinutului a apărut în deceniile trei-patru din secolul trecut, odată cu publicarea de către Harold D. Lasswell a volumelor *Propaganda Technique in World War* (1927) şi *World Politics and Personal Insecurity* (1935). Despre cea dintâi dintre lucrările citate, Morris Janowitz (1968, p. 651) spune că „a influenţat generaţii succesive de studenţi şi specialişti în propagandă şi analiza conţinutului".

Anterior publicării lucrărilor lui Harold D. Lasswell s-au făcut unele cercetări pe baza analizei conţinutului. În Suedia, pe la 1640, s-au analizat comparativ 90 de imnuri religioase pentru a se determina autenticitatea lor. Timp de patru ani, între 1888 şi 1892, François B. Bourbon a făcut analiza Bibliei. La începutul secolului XX, la Şcoala de jurnalism a Universităţii Columbia din New York se practica analiza cantitativă a ziarelor, identificându-se temele, rubricile, gradul de senzaţionalism, făcându-se comparaţii între hebdomadarele din oraşele mari şi cele din zonele rurale. Sociologii au practicat analiza conţinutului comunicării încă din primul deceniu al secolului recent încheiat. În 1910, Max Weber (1864-1920) a examinat presa din Germania, căutând să afle care sunt temele politice cel mai des abordate.

William I. Thomas (1963-1947) şi Florian Znaniecki (1882-1958) au supus unei analize atente biografiile şi scrisorile pe baza cărora au realizat monumentala lor lucrare *The Polish Peasant in Europe and America. Monograph on an Immigrant Group* (cinci volume publicate între 1918 şi 1920) ; s-au analizat 764 de scrisori expediate de polonezii imigranţi în SUA familiilor lor rămase în Europa.

Vorbind despre preistoria analizei de conţinut, Laurence Bardin (1977/1983) aminteşte de cercetările hermeneutice, de analiza textelor sacre şi de practicile psihanalizei. În aceşte cazuri, nu avem de-a face cu o analiză propriu-zisă a conţinutului, dat fiind faptul că „iniţiaţii" se bazau nu pe reguli explicite de interpretare a textelor, ci pe intuiţii, uneori pe charismă – or, se ştie, modul ştiinţific de producere a adevărului se bazează tocmai pe desubiectivizarea cunoaşterii (vezi Chelcea, 2001/2004, p. 38). În principiu, „analiza conţinutului implică procedeele standard ale investigaţiei ştiinţifice : formularea explicită a enunţurilor, stabilirea categoriilor de analiză şi colectarea standardizată a informaţiilor" (Janowitz, 1968, p. 647).

De acord cu Philip Mayring (2000, 2), vom spune şi noi că bazele metodologice ale analizei cantitative de conţinut au fost puse de Paul F. Lazarsfeld şi Harold D. Lasswell. „Mr. Method", cum era numit Paul F. Lazarsfeld (1901-1976) de către profesorii şi studenţii de la Universitatea Columbia, a rămas în istoria sociologiei ca unul dintre cei mai importanţi metodologi ai secolului XX, cu contribuţii esenţiale la analiza cantitativă a datelor, la măsurarea în sociologie şi la promovarea anchetelor sociologice privind comunicarea de masă şi comportamentul de vot. Harold D. Lasswell (1903-1978) are contribuţii majore în domeniul analizei puterii politice, la studiul elitelor şi al propagandei şi, nu în ultimul rând, la fundamentarea analizei conţinutului comunicării. Modelul său al comunicării, *Who says what, in which channel, to whom, with what effect ?* („Cine spune, ce, cum, cui, cu ce efect ?"), a fost şi este utilizat cu succes în cercetările bazate pe tehnicile de analiză a conţinutului comunicării de masă, şi nu numai.

Mai mult decât oricare dintre antecesori, Harold D. Lasswell, ca director al „Diviziei experimentale pentru studiul comunicării în timp de război" (*Experimental Division for the Study of War-Time Communications*), a explorat intensiv posibilităţile de aplicare a analizei conţinutului în studiul propagandei şi limbajului politic. Într-un studiu cu circulaţie limitată, Harold D. Lasswell (1941) arăta că analiza conţinutului textelor constă în descrierea a ce spune cineva, cui spune şi cum spune. Lucrarea *Language of Politics : Studies in Quantitative Semantics* (1949), al cărei prim autor este, constituie în epocă „cea mai comprehensivă" prezentare a analizei conţinutului (*cf.* Janowitz, 1968, p. 647). Spre deosebire de Bernard Berelson (1912-1979), care i-a fost student, Harold D. Lasswell nu limitează analiza de conţinut doar la conţinutul manifest al mesajelor. În concepţia sa, „analiza conţinutului necesită aplicarea cadrului de referinţă istoric, cultural, psihologic şi juridic la diferite niveluri de gândire, subtilitate şi efort, pentru explicarea ambiguităţilor" – remarca Morris Janowitz (1968, p. 648) într-un studiu despre contribuţia lui Harold D. Lasswell la fundamentarea metodologică a tehnicilor de analiză a conţinutului şi extinderea aplicării lor la studiul efectelor mass-media.

Am făcut aceste precizări pentru a sublinia prioritatea lui Harold D. Lasswell în impunerea analizei conţinutului comunicării în metodologia cercetării sociologice şi pentru a argumenta că definiţia atât de des citată a analizei conţinutului ca „tehnică de cercetare având ca scop descrierea obiectivă, sistematică şi cantitativă a conţinutului manifest al comunicării", dată de Bernard Berleson (1952, p. 220), era limitativă chiar în epocă, fiind astăzi depăşită în evoluţia metodologiei sociologice, mai ales ca urmare a dezvoltării abordărilor calitative.

Bernard Berelson a fost influenţat de concepţia pozitivismului sociologic promovată de Paul F. Lazarsfeld, alături de care a publicat studii în reviste de specialitate şi sub coordonarea căruia, în 1940, a realizat faimoasa cercetare de teren privind impactul campaniei electorale asupra comportamentului de vot (Lazarsfeld, Berelson şi Gaudet, 1944). În perspectiva pozitivismului sociologic şi a empirismului abstract, analiza conţinutului nu putea fi altfel decât cantitativă. Când critică empirismul pentru cantonarea în căutarea relaţiilor statistice, C. Wright Mills (1959/1975, p. 94) se referă la abordarea opiniei publice de către Bernard Berelson (1956). Tocmai pentru că la jumătatea secolului trecut analiza conţinutului trebuia – din perspectiva pozitivismului şi a empirismului – să fie cantitativă, ea viza doar conţinutul manifest (frecvenţa apariţiei anumitor cuvinte într-un text, tabele de contingenţă, corelaţii etc.).

Utilizarea computerului în analiza conţinutului a marcat, fără îndoială, evoluţia tehnicilor de analiză a conţinutului. Prima aplicare a computerului în analiza de conţinut le-o datorăm lui Thomas A. Sebok şi Valdis J. Zeps (1958). După experimentarea timp de şase ani a programului *General Inquirer Content Analysis* de către Philip J. Stone şi colaboratorii săi (1966), analiza de conţinut asistată de computer (*computer-aided content analysis*) a cunoscut o rafinare metodologică remarcabilă. La data elaborării setului de programe pentru calculator, *General Inquirer* permitea : a) identificarea sistematică a cuvintelor şi frazelor care aparţin categoriilor specificate de către investigator ; b) numărarea ocurenţelor şi co-ocurenţelor acestor categorii ; c) formarea şi

listarea tabulogramelor ; d) efectuarea testelor statistice ; e) sortarea şi regruparea enunţurilor în funcţie de categoriile stabilite sau în funcţie de combinarea acestor categorii (Stone *et al.*, 1966, p. 68). Edward E. Kelly şi Philip J. Stone (1975) au perfecţionat setul de programe *General Inquirer* pentru a putea recunoaşte diferitele forme ale aceluiaşi cuvânt generate de conjugarea verbelor sau de declinarea substantivelor, adjectivelor, pronumelor etc.

În timp, s-au elaborat dicţionare standard pentru analiza conţinutului textelor din domeniul ştiinţelor socioumane (*The Lasswell Value Dictionary*, *Harvard IV Psychosocial Dictionary*) sau al unor texte de strictă specialitate (de exemplu, pentru analiza epicii germane medievale). Carl W. Roberts (1989, p. 149), din studiul căruia am preluat informaţiile despre evoluţia analizei de conţinut asistată de calculator, este de părere că programele pentru analiza computerizată a textelor, chiar şi cele mai sofisticate, precum *The Minnesota Contextual Content Analysis*, nu reuşesc să stabilească decât frecvenţa unităţilor de analiză (cuvinte, propoziţii, fraze), co-ocurenţa lor, analiza cluster şi de varianţă în cadrul conţinutului manifest al mesajelor. În plus, utilizarea dicţionarelor în analiza de conţinut computerizată poate introduce erori din cauza omonimelor. Pentru a depăşi biasurile, trebuie totdeauna să se ia în consideraţie contextul în care apare unitatea de înregistrare (vezi Chelcea, 1982, p. 90).

Chiar „conceptele explicite" pot avea semnificaţii diferite de la o persoană la alta. Kathleen Carley (1993, p. 90) dă următorul exemplu : dacă doi studenţi folosesc în textele lor, cu aceeaşi frecvenţă, cuvintele : *cercetare*, *coautor*, *colaborator*, *idei noi*, *descoperire* ş.a.m.d., nu se justifică în nici un fel concluzia că ei ar gândi la fel. S-ar putea ca unul dintre studenţi să eticheteze prin cuvântul „colaborator" interacţiunile formale şi informale ale autorului, iar celălalt să aibă în vedere sensul de „coautor" al termenului „colaborator". Personal, când m-am referit la *General Inquirer Content Analysis* am folosit termenul de „colaboratori" ai lui Philip J. Stone, fără a-i numi pe Dexter C. Dunphy, Marshall S. Smith şi Daniel M. Ogilvie, care sunt în fapt coautori ai lucrării *The General Inquirer : A Computer Approach to Content Analysis*.

De asemenea, este foarte probabil ca studenţii amintiţi să plaseze respectivul cuvânt în diferite „locaţii sintactice", la începutul, la sfârşitul frazei sau pe parcursul ei. Nu este acelaşi lucru, dar din statistica frecvenţei apariţiei cuvântului în text nu rezultă nici o diferenţă. În fine, subliniază Kathleen Carley, diferenţele în analiza cantitativă a conţinutului rezultă şi din faptul că unul şi acelaşi cuvânt poate fi utilizat în „contexte semantice" multiple. Reperarea cuvintelor, ocurenţa şi co-ocurenţa lor nu spun prea multe despre gândirea producătorilor de texte. Trebuie examinată „harta mintală" a subiecţilor, adică atât conceptele, cât şi relaţiile dintre ele. În acest sens, ca o dezvoltare a analizei conţinutului, a fost imaginată „analiza hărţilor" (*map analysis*), procedeu utilizat cu succes în ultimele două decenii (K. Carley, 1986 ; M.E. Palmquist, 1990 ; A.V. Cicourel şi K. Carley, 1990 ; Saburi-Haghigh, 1991 ; D. Thomas, 1991).

Ca reacţie faţă de pozitivism şi empirism, la sfârşitul anilor '60 ai secolului XX au apărut abordările calitative în cercetările sociologice, mai întâi în spaţiul anglo-saxon şi apoi în întreaga comunitate sociologică. Privită ca stil de cercetare, abordarea calitativă

> reprezintă un demers de înţelegere bazat pe tradiţii metodologice distincte, care explorează o problemă socială sau umană. Cercetătorul construieşte o imagine holistă şi complexă, analizează cuvinte, descrie detaliat punctele de vedere ale subiecţilor şi îşi conduce studiul în mediul natural (Creswell, 1998, p. 15).

Nu este nici cazul şi nici locul să prezint specificul cercetărilor calitative. Cei interesaţi pot consulta cu un beneficiu real lucrarea *Abordarea calitativă a socioumanului. Concepte şi metode* de Petru Iluţ (1997). Menţionez în acest context că în 1961, Harold D. Lasswell a publicat studiul *The Qualitative and the Quantitative in Political and Legal Analysis*, fiind unul dintre pionierii analizei calitative a conţinutului.

Odată cu afirmarea tot mai puternică a abordărilor calitative în cercetarea sociologică, s-au înmulţit criticile la adresa analizei conţinutului în manieră cantitativă, considerată superficială şi distorsionantă prin cuantificare (S. Kracauer, 1952, *apud* Mayring, 2000, 2), şi s-a fundamentat metodologic „analiza calitativă a conţinutului" (J. Ritsert, 1972 ; B. Mostyn, 1985 ; J. Wittkowski, 1994 ; D.L. Altheide, 1996 ; Ph. Mayring, 1983/2000 ; K. Krippendorff, 1980/2004).

Dar ce este cercetarea calitativă a conţinutului ? Prin ce se deosebeşte ea de analiza cantitativă ? Sintetizând punctele de vedere exprimate de Ole R. Holsti (1969) şi Klaus Krippendorff (1980), Carl W. Roberts (1989, p. 148) consideră că tehnicile analizei calitative a conţinutului se disting de cele ale analizei cantitative prin codificarea subiectivă a judecăţilor (*impressionistic judgement*) despre fenomenele investigate. Codificarea (stabilirea categoriilor) reprezintă aşadar piatra de hotar dintre cele două tipuri de analiză a conţinutului. În analiza cantitativă, cercetătorul stabileşte dintru început schema de categorii pe baza analizei logice asupra fenomenului, urmând să introducă unităţile de înregistrare doar la una dintre categorii, conform regulii excluderii reciproce. Fenomenele sociale fiind foarte complexe, se produce în acest fel o anumită

artificializare a lor prin aplicarea principiului terţiului exclus (*tertium non datur*). Alex Mucchielli (1996/2002, p. 48) atrage atenţia asupra faptului că „această categorizare se face fără o grilă teoretică şi concepută *a priori* şi că ea poate la fel de bine ajunge la inventarea unui concept nou sau interdisciplinar". Ca şi în cazul *Grounded Theory* – metodologie preconizată de Barney G. Glaser şi Anselm L. Strauss (1967) –, în care teoria emerge din date chiar în procesul producerii lor, analiza de conţinut îşi structurează categoriile pe parcursul desfăşurării analizei textelor.

Succintele consideraţii în marginea evoluţiei tehnicilor de analiză a conţinutului conduc, în opinia mea, la concluzia că integrarea lor cu metodologia sociologică – aşa cum cereau John Markoff, Gilbert Shapiro şi Sasha R. Weitman (1974) – rămâne încă un deziderat, mai ales în cercetările din ţara noastră, unde tehnicile analizei de conţinut sunt prea puţin cunoscute şi aplicate, iar monografiile despre analiza conţinutului lipsesc. Lucrarea profesorului Mircea Agabrian umple astfel un gol informaţional, resimţit atât în planul cercetărilor empirice, cât şi la nivelul metodologiei sociologice. Fiind *prima monografie despre analiza de conţinut din literatura de specialitate românească*, meritul lucrării este cu atât mai mare.

Pe plan mondial, literatura consacrată metodologiei analizei de conţinut este de-a dreptul deconcertantă. Pentru a ne face o imagine despre „explozia" acestui domeniu, menţionez că pe motorul de căutare *Google*, în septembrie 2004, termenul *content analysis* era semnalat de 277.000 de ori, iar în *JSTOR* erau arhivate peste 60 de studii care aveau în titlu cuvântul *content analysis*; nu mai amintesc numărul mare de cărţi cu titlul *Content Analysis*. Se impune deci o selecţie riguroasă a informaţiilor despre tehnicile analizei de conţinut şi o prezentare sistematică a lor. Este tocmai ceea ce întreprinde Mircea Agabrian în lucrarea de faţă, care se recomandă *per se* ca o monografie utilă nu numai studenţilor, viitori cercetători ai vieţii sociale, dar şi practicienilor din domeniile conexe sociologiei.

Deşi analiza de conţinut – aşa cum spunea Bernard Berelson – nu este un substitut pentru o idee de cercetare valoroasă, fără ea metodologia sociologică ar fi mai săracă şi cunoştinţele noastre despre om şi traiul laolaltă al oamenilor – mai lacunare.

Septimiu Chelcea

Referinţe bibliografice

Bardin, Laurence [1977] (1983), *L'analyse de contenu*, ed. a II-a, PUF, Paris.

Berelson, Bernard (1952), *Content Analysis in Communication Research*, The Free Press, Glencoe.

Berelson, Bernard (1956), „The Study of Public Opinion", în L.D. White (ed.), *The State of the Social Science*, University of Chicago Press, Chicago.

Carley, Kathleen (1993), „Coding Chois for Textual Analysis: A Comparison of Content Analysis and Map Analysis", *Sociological Methodology*, 23, pp. 75-126.

Chelcea, Septimiu (1982), „Analiza conţinutului documentelor sociale", în S. Chelcea (coord.), *Semnificaţia documentelor sociale*, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti, pp. 78-113.

Chelcea, Septimiu [2001] (2004), *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative şi calitative*, ed. a II-a revăzută şi adăugită, Editura Economică, Bucureşti.

Creswell, John W. (1998), *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*, Sage Publications, Inc., Thousand Oaks.

Glaser, Barney G. şi Strauss, Anselm L. (1967), *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine, Chicago.

Holsti, Ole R. (1969), *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, Addison-Wesley, Reading, MA.

Iluţ, Petru (1997), *Abordarea calitativă a socioumanului. Concepte şi metode*, Polirom, Iaşi.

Janowitz, Morris (1968), „Harold D. Lasswell's Contribution to Content Analysis", *The Public Opinion Quarterly*, 32, pp. 646-653.

Kelly, Edward E. şi Stone, Philip J. (1975), *Computer Recognition of English Word Senses*, Elsevier – North Holland, Amsterdam.

Kracauer, Siegfried (1952), „The Challenge of Qualitative Content Analysis", *Public Opinion Quarterly*, 16, pp. 631-642.

Krippendorff, Klaus (1980), *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Sage Publications, Inc., Beverly Hills.

Lasswell, Harold D. (1927), *Propaganda Technique in World War*, Knopf, New York.

Lasswell, Harold D. (1935), *World Politics and Personal Insecurity*, McGraw-Hill, New York.

Lasswell, Harold D. (1941), *The Technique of Symbol Analysis (Content Analysis)*, Experimental Division for the Study of War-Time Communications, Library of Congres.

Lasswell, Harold D. *et al.* (1949), *Language of Politics : Studies in Quantitative Semantics*, George W. Steward, New York.

Lasswell, Harold D. (1961), „The Qualitative and the Quantitative in Political and Legal Analysis", în *Quantity and Quality*, The Free Press, New York.

Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard şi Gaudet, Hazel (1944), *The People's Choice : How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*, Columbia University Press, New York.

Markoff, John, Shapiro, Gilbert şi Weitman, Sasha R. (1974), „Toward the Integration of Content Analysis and General Methodology", *Sociological Methodology*, 6, pp. 1-58.

Mayring, Philipp (2000), „Qualitative Content Analysis", *Forum : Qualitative Social Research* (on-line), 1 (2), http : //qualitative-research.net/fqs/fqs-e/2--00inhalt-e.htm.

Mucchielli, Alex [1996] (2002), „Categorizare (în analiza de conţinut calitativă)", în A. Mucchielli (coord.), *Dicţionar al metodelor calitative în ştiinţele umane şi sociale*, Polirom, Iaşi, p. 48.

Roberts, Carl W. (1989), „Other than Counting Words : A Linguistic Approach to Content Analysis", *Social Force*, 68 (1), pp. 147-177.

Sebok, Thomas A. şi Zeps, Valdis J. (1958), „An Analysis of Structured Content, with Application of Electronic Computer Research in Psycholinguistics", *Language and Speech*, 1, pp. 181-193.

Stone, Philip J., Dunphy, Dexter C., Smith, Marshall S., Ogilvie, Daniel M. *et al.* (1966), *The General Inquirer : A Computer Approach to Content Analysis*, The M.I.T. Press, Cambridge.

Thomas, William I. şi Znaniecki, Florian (1918-1920), *The Polish Peasant in Europe and America. Monograph on an Immigrant Group* (5 vol.), University of Chicago Press, Chicago.

Capitolul 1

Analiza de conţinut – tehnică de cercetare nonreactivă

Într-o accepţiune foarte largă, analiza de conţinut poate fi considerată un sistem de decodare a mesajelor. Dintr-o asemenea perspectivă, ea poate fi practicată de oricine, ori de cât ori doreşte să extragă informaţia pe care o conţine un mesaj. În ştiinţele sociale, analiza de conţinut este o tehnică de cercetare, cu totul altceva decât decodarea „normală" a mesajelor, indiferent cât de semnificative ar fi asemănările între activitatea zilnică de prelucrare a acestora şi analiza lor sistematică. Fundamentând perspectiva de abordare a tehnicii analizei de conţinut, H.D. Lasswell spune :

> Analiza de conţinut operează din perspectiva concepţiei potrivit căreia comportamentul verbal este o formă a comportamentului uman, curgerea simbolurilor este parte a curgerii evenimentelor, iar procesul comunicării este un aspect al procesului istoric. [...] Analiza de conţinut este o tehnică ce vizează descrierea, cu optimă obiectivitate, precizie şi generalitate, a ceea ce se spune despre un subiect dat, într-un loc dat, la un timp dat (Lasswell *et al.*, 1952, p. 34).

Ca tehnică de cercetare sistematică a varietăţii mesajelor, analiza de conţinut este *nonreactivă*. Să explicăm această trăsătură.

Cercetarea experimentală şi ancheta sunt metode de cercetare *reactive* : oamenii studiaţi sunt conştienţi de acest fapt. Analiza de conţinut face parte dintre variatele tehnici de cercetare nonreactivă : cei studiaţi nu conştientizează faptul că sunt parte într-un proiect de cercetare. Tehnicile nonreactive sau nonobstructive (neconstrângătoare) se bazează în mare

măsură pe principii pozitiviste, dar sunt folosite şi de cercetătorii interpretativişti şi de reprezentanţii abordării critice a socialului, aşa cum sunt cei care aparţin feminismului sau structuralismului.

Analiza de conţinut este o tehnică de colectare şi analiză a conţinutului textului. *Conţinutul* se referă la cuvinte, înţelesuri, imagini, simboluri, idei, teme sau orice mesaj care poate fi comunicat. *Textul* reprezintă orice este scris, vizualizat sau vorbit şi serveşte ca mediu de comunicare. El include cărţi, articole de ziare sau reviste, reclame, cuvântări, documente oficiale, filme sau înregistrări video, versurile pieselor muzicale, fotografii, articole de îmbrăcăminte sau lucrări de artă.

Analiza de conţinut este nonreactivă, deoarece procesul plasării cuvintelor, mesajelor sau simbolurilor în text pentru a fi comunicat unui cititor sau receptor se produce fără influenţa cercetătorului care analizează conţinutul. Analiza de conţinut îi permite cercetătorului să releve conţinutul (de pildă, mesaje, înţelesuri, simboluri) dintr-o sursă a comunicării (de exemplu, o carte, un articol, un film). Ea face posibile descoperirea şi argumentarea conţinutului în moduri diferite de felul obişnuit de a citi o carte sau a viziona un program la televizor. Cu ajutorul analizei de conţinut, un cercetător are posibilitatea de a compara conţinutul multor texte, pe care le poate analiza folosind tehnici cantitative (grafice, tabele) şi calitative (reţele semantice, matrice).

Analiza de conţinut a materialelor scrise sau a altor materiale înregistrate produce *măsurări nonobstructive*, deoarece abordează comportamentul uman în condiţii obişnuite de viaţă şi, implicit, impune *măsuri nonreactive*. În acest fel se evită o problemă cu care se confruntă ancheta şi alte metode de cercetare a socialului, generată de faptul că cercetătorii şi respondenţii interacţionează în timpul colectării datelor în alte feluri decât în condiţii „naturale" de viaţă. În schimb, analiza de conţinut a transcrierilor unor audieri publice la una din camerele parlamentului poate fi mai utilă decât intervievarea celor audiaţi în legătură cu cele petrecute în timpul respectivelor audieri. Conştient sau inconştient, parlamentarii şi alţi oficiali intervievaţi pot să nu-şi mai amintească aspecte importante, pentru a se proteja pe ei înşişi, pe când transcrierile audierilor asigură o înregistrare completă. La fel stau lucrurile şi în cazul întrebărilor anchetei, care uneori sunt considerate nepotrivite, deoarece pot afecta viaţa privată a respondentului. Analiza de conţinut a documentelor existente evită astfel de probleme.

Analiza de conţinut este un mod de cercetare care foloseşte surse şi date secundare. Este important să examinăm sursele secundare, deoarece caracterul informaţiilor de acest fel poate indica înclinaţii voite sau fără intenţie, care pot altera înţelegerea lor. Folosind analiza de conţinut, cercetătorul examinează conţinutul documentelor produse de instituţiile sociale, în mod tipic de mass-media, pentru a evidenţia specificul fenomenelor sociale - de exemplu, felul în care sunt prezentate minorităţile (etnice, religioase, sexuale etc.).

Analiza de conţinut îi ajută pe cercetători să afle mai multe despre comunicările pe care le examinează, deoarece este sistematică. Ea este structurată în forme care le permit acestora să extragă consistent informaţia relevantă.

Teme potrivite pentru tehnica analizei de conţinut

Cercetătorii folosesc analiza de conţinut pentru a studia :

- temele din cântecele populare sau religioase ;
- tendinţele în subiectele abordate de ziarele de ştiri ;
- tonul ideologic[1] al editorialiştilor ;
- stereotipuri de sex-rol din textul cărţilor sau personajelor din filme ;
- cât de des oamenii din diferite grupuri de vârstă apar în programele televiziunilor comerciale ;
- interviurile calitative în profunzime ;
- răspunsurile la întrebările deschise din chestionare ;
- propaganda inamică în timp de război ;
- trăsăturile de personalitate din înscrisurile lăsate de sinucigaşi ;
- temele mesajelor din reclame ;
- diferenţele de gen social (*gender*, în engleză) în conversaţii ;
- temele ideologice în cuvântările liderilor politici sau managerilor executivi etc.

---

1. O *ideologie* este un tip de teorie sau explicaţie a evenimentelor din lumea socială ; este o cvasiteorie căreia îi lipseşte evaluarea critică cerută teoriei ştiinţifice. O trăsătură definitorie a ideologiilor este că au fixate premise puternice, indubitabile (adevăruri de la sine înţelese).

Dincolo de această paletă largă de subiecte ce pot fi abordate, E. Woodrum (1984, p. 1) notează:

> Analiza de conţinut rămâne o metodă de cercetare puţin utilizată, cu mare potenţial pentru studiul credinţelor, organizaţiilor, atitudinilor şi relaţiilor umane. Dezvoltarea şi aplicarea limitată a analizei de conţinut se datorează mai mult lipsei de familiaritate cu metoda şi izolării ei istorice de curentul principal al ştiinţelor sociale decât inerentelor ei limite.

Analiza de conţinut este utilă pentru trei tipuri de probleme. În primul rând, pentru teme ce implică un volum mare de text. Un cercetător poate manevra mari cantităţi de text (de exemplu, articole din jurnale apărute de-a lungul multor ani) folosind eşantionarea şi mai mulţi codori. În al doilea rând, ne ajută când un subiect trebuie studiat „la distanţă". De pildă, analiza de conţinut poate fi folosită pentru studiul documentelor istorice, a scrierilor unor persoane decedate ori a emisiunilor de radio şi televiziune din ţări ostile. În sfârşit, analiza de conţinut poate releva, într-un text, mesaje dificil de remarcat în mod obişnuit. Creatorul textului sau cei care îl citesc nu pot conştientiza toate temele, înclinaţiile ori caracteristicile lui. De pildă, autorii cărţilor pentru preşcolari nu intenţionează conştient să imagineze copiii în tradiţionale stereotipuri de rol-sex, dar un grad ridicat al stereotipiei de sex este relevat prin analiza de conţinut. Un alt exemplu este cel al conversaţiilor din cadrul grupurilor formate numai din femei sau numai din bărbaţi. Deşi oamenii pot să nu fie conştienţi de acest lucru, analiza de conţinut a arătat că în grupuri de femei se discută mai mult despre probleme interpersonale şi relaţii sociale, spre deosebire de grupurile de bărbaţi, în care se vorbeşte mai mult despre teme legate de realizări personale sau de agresivitate.

Conceptualizarea analizei de conţinut

Dincolo de diversele moduri de definire a analizei de conţinut, majoritatea cercetătorilor au căzut de acord asupra faptului că aceasta este o *tehnică sistematică, replicabilă prin care numeroasele cuvinte ale unui mesaj sunt comprimate în mult mai puţine categorii de conţinut bazate pe reguli clare de codare* (Berelson, 1952; Krippendorff, 1969; Weber, 1990). Din această perspectivă, B. Berelson o defineşte astfel:

> Analiza de conţinut este o tehnică de cercetare pentru descrierea obiectivă, sistematică şi cantitativă a conţinutului manifest al comunicării (1952, p. 18).

La rândul lui, Ole Holsti (*apud* Stone, Dunphy, Smith şi Ogilvie, 1966, p. 5) formulează următoarea definiţie:

> Analiză de conţinut este orice tehnică utilizată pentru a face inferenţe[1] prin identificarea în mod sistematic şi obiectiv a caracteristicilor specifice în text.

Septimiu Chelcea accentuează capacitatea analizei de conţinut de a face inferenţe. În acest sens, el subliniază că:

> Analizăm un text pentru a trage concluzii, pentru a face inferenţe de natură psihologică şi sociologică. Caracteristicile specifice ale textului interesează numai în măsura în care acestea ne dau informaţii despre trăsăturile de personalitate sau structurile sociale (2001, p. 515).

La rândul său, R.Ph. Weber întăreşte definiţia lui Ole R. Holsti când spune că analiza de conţinut

> este o metodă de cercetare sistematică pentru analiza informaţiei textuale în mod standardizat care le permite cercetătorilor să facă inferenţe despre acea informaţie (1990, p. 9).

Traian Rotariu caracterizează analiza de conţinut ca fiind

> o tehnică de cercetare a documentelor ce furnizează o descriere obiectivă sistematică şi cantitativă a conţinutului acestora (1986, p. 134).

Într-o lucrare ce se doreşte a fi un ghid pentru analiza de conţinut, Kimberly A. Neuendorf o defineşte astfel:

> Analiza de conţinut desemnează o analiză cantitativă a mesajelor care se bazează pe metoda ştiinţifică (include atenţia acordată obiectivităţii

1. *Inferenţă* – operaţie logică de derivare a unui enunţ din altul, prin care se admite o judecată (al cărei adevăr nu este verificat direct) în virtutea unei legături a acesteia cu alte judecăţi considerate adevărate.

> intersubiective, designului aprioric, fidelităţii, validităţii, generalizării, replicabilităţii şi testării ipotezelor) şi nu este limitată la tipuri de variabile care pot fi măsurate ori la contextul în care mesajele sunt create sau prezentate (2002, p. 10).

Anumite caracteristici ce izvorăsc din definiţiile date plasează analiza de conţinut în poziţia unică de metodologie centrată primordial pe analiza mesajului, mai ales sub forma lui scrisă. În egală măsură, simplificarea şi categorizarea materialelor scrise, structurarea lor pentru a fi introduse în programe (*software*) dedicate sunt parte a analizei de conţinut.

Utilizarea acestei tehnici are avantajul că permite cercetătorilor parcurgerea unui volum mare de date într-o manieră sistematică şi relativ facilă.

> Multe cercetări bazate pe analiza de conţinut sunt motivate de căutarea tehnicilor necesare pentru a face inferenţe între date simbolice, acţiune ce ar fi prea costisitoare, aproape imposibilă şi limitată dacă am utiliza alte tehnici (Krippendorff, 1969, p. 51).

Sintetizând definiţiile, putem spune că *analiza de conţinut este o tehnică pentru colectarea şi organizarea informaţiilor într-un format care le permite cercetătorilor să facă inferenţe despre caracteristicile şi înţelesul mesajelor (scrise şi orale) şi al artefactelor comunicării sociale.* Formate simple pot fi dezvoltate prin rezumarea informaţiilor sau calculul frecvenţei afirmaţiilor. Formate mult mai complexe pot fi create pentru analiza tendinţelor sau detectarea diferenţelor subtile în intensitatea afirmaţiilor.

Observăm că definiţiile date rezonează în bună măsură cu paradigma pozitivistă a cercetării sociale, însă teoria constructivistă (Berger şi Luckmann, 1966) arată că nu există cu adevărat obiectivitate, „cunoaşterea" şi „conceptele" fiind construcţii (acorduri) sociale. Potrivit acestei viziuni, toată cercetarea umană este inerent subiectivă.

Obiectivul oricărei *analize de conţinut cantitative* – întemeiată pe paradigma pozitivistă – este numărarea categoriilor-cheie şi măsurarea cantităţilor distribuite pe variabile. În acest fel, ea este compatibilă cu abordarea nomotetică (*nomos* – „lege" în limba greacă), adică urmăreşte producerea unor concluzii generalizabile. Pe de altă parte, obiectivul *analizei de conţinut calitative* – întemeiată pe paradigma constructivistă – este să analizeze textul scris sau vorbirea transcrisă. În acest mod, ea este un studiu idiografic ce încearcă să facă o descriere cât mai amplă a unui caz particular din perspectivă fenomenologică, urmărind conectarea aspectelor unice ale acestuia cu principii sau adevăruri mai generale. Analiza de conţinut calitativă este astfel orientată primar spre descrierea conţinutului textual pe baza organizării textului codat într-un sistem de noduri conceptuale, grupate ierarhic în structuri care, de obicei, sunt prezentate cu ajutorul unor software.

Din cele spuse devine clar că analiza de conţinut poate urmări atât obiective cantitative, cât şi obiective calitative.

Tabelul 1.1 – *Obiective ale analizei de conţinut*

Întrebări cantitative	Întrebări calitative
Câte feluri de promisiuni a făcut senatorul în cuvântările rostite în campania electorală?	Ce fel de promisiuni a făcut senatorul în cuvântările rostite în campania electorală?
În termenii frecvenţei relative a diferitelor cauze ale rezultatelor slabe ale elevilor, în ce ordine a ierarhizat directorul cauzele identificate?	În încercarea directorului de a explica rezultatele slabe ale elevilor, ce fel de cauze a identificat?
Care a fost suma de bani alocată pentru fiecare categorie şi subcategorie în bugetul fiecărei şcoli şi cum se compară sumele dintr-o şcoală cu sumele din celelalte trei şcoli?	În bugetele a patru şcoli, ce categorii principale şi subcategorii au fost incluse şi ce categorii apar în toate cele patru bugete ale şcolilor respective?
În reacţiile liderilor partidelor politice faţă de cuvântarea preşedintelui României în parlament, în ce măsură aceştia sunt de acord cu problemele ridicate de preşedinte?	În interviurile publicate (ziare, reviste, televiziune, radio) cu liderii partidelor politice referitor la reacţia faţă de cuvântarea preşedintelui României în parlament, ce fel de opinii au exprimat intervievaţii?

Se observă cu uşurinţă că cele două abordări sunt complementare, astfel că analiza de conţinut poate fi realizată prin două feluri de date:

1. *cantitative*, care sunt analizate statistic; de pildă, în situaţia stereotipiei reclamelor de gen din revistele pentru bărbaţi poate fi categorizată şi numărată frecvenţa lor;
2. *calitative*, care sunt analizate pentru înţelegerea semnificaţiilor; de exemplu, mesajul caracteristic din telenovele care zugrăveşte fericirea familiilor nucleare; analiza încearcă să facă vizibile mesajele şi sugestiile comportamentului tipic ce constituie suportul acestor producţii de televiziune.

Atât prin abordarea cantitativă, cât şi prin cea calitativă, cercetătorul trebuie să identifice teme specifice şi să examineze cum au fost ele dezvoltate. De pildă, putem folosi analiza de conţinut pentru a investiga felul în care femeile implicate în politică sunt descrise în presa din România.

Putem începe cu articolele publicate despre două evenimente politice similare petrecute la scurt timp unul după altul, dar în care în unul este implicat un bărbat, iar în celălalt, o femeie. Examinăm un număr de cotidiene şi reviste în care au fost publicate articole despre cele două evenimente, să zicem, timp de cinci zile. Numărăm câte articole au apărut, numărul propoziţiilor şi paragrafelor, frecvenţa cuvintelor. Este foarte posibil să nu găsim nici o înclinaţie faţă de gen în frecvenţa şi dimensiunea articolelor.

De asemenea, putem analiza „atitudinea" relatărilor prin clasificarea tonului reportajelor ca „favorabile", „nefavorabile" sau „neutre". De această dată, putem descoperi diferenţa existentă în atitudinile presei faţă de cei doi actori politici de sex diferit. În sfârşit, textul şi titlurile examinate indică diferenţe în folosirea limbajului, de pildă sexismul. Acest ultim domeniu relevă înclinaţia de gen, cum ar fi invocarea menopauzei cu privire la femeia implicată, în timp ce despre bărbat se spune că este un „om onorabil". Amândoi, în realitate, suportă ideologiile stereotipurilor de gen. Concluzia poate fi că bărbatul este puternic, dar a ezitat în luarea deciziei, în timp ce femeia a făcut o alegere emoţională.

Avantajele şi dezavantajele analizei de conţinut

Analiza de conţinut – fie cantitativă, fie calitativă – are o serie de avantaje şi dezavantaje, pe care le prezentăm în casetele 1.1 şi 1.2.

Caseta 1.1

Avantajele analizei de conţinut

- Urmăreşte direct comunicarea prin texte sau transcrieri (a interviurilor, de pildă) şi, în consecinţă, evidenţiază trăsătura centrală a interacţiunii sociale.
- Permite atât operaţiuni cantitative, cât şi calitative.
- Prin analiza textelor, oferă o valoroasă cunoaştere de profunzime din punct de vedere istoric/cultural.

- Permite apropierea de text, care poate oscila între categorii specifice şi relaţii, şi, de asemenea, analiza statistică a formei codate a textului.
- Reprezintă un mijloc nonobstructiv de analiză a interacţiunilor.
- Oferă o cunoaştere profundă a modelelor complexe ale gândirii umane şi ale utilizării limbajului.

În mod esenţial, rezultatele analizei de conţinut îmbogăţesc informaţia documentară absolut indispensabilă „observatorului" faptelor sociale.

Caseta 1.2

Dezavantajele analizei de conţinut

- Este afectată de erori pronunţate, mai ales când analiza relaţională este utilizată pentru a ajunge la un nivel ridicat de interpretare.
- De multe ori este lipsită de o bază teoretică sau încearcă în mod prea liber să conducă la raţionamente inteligibile despre relaţiile şi consecinţele implicate într-o cercetare.
- În mod inerent este reductivă, în special când are de-a face cu texte complexe.
- Tinde prea des să se reducă pur şi simplu la numărarea unor cuvinte.
- Neglijează adeseori contextul în care s-a produs textul, precum şi starea de lucruri de după producerea lui.
- Poate fi automatizată sau computerizată cu relativă dificultate.

Analiza de conţinut nu poate determina valoarea de adevăr a aserţiunii sau calitatea estetică a literaturii. Ea revelează conţinutul în text, dar nu poate interpreta semnificaţia conţinutului respectiv. Cercetătorii trebuie să examineze textul în mod direct. În acest sens, Ole R. Holsti (1968, p. 602) atenţionează că

> Analiza de conţinut poate fi considerată un supliment la, însă nu un substitut pentru examinarea subiectivă a documentelor.

Indiferent de avantajele şi dezavantajele analizei de conţinut, experienţa ne spune, pornind de la R.Ph. Weber (1990, p. 69), că

> Un motiv pentru care analiza de conţinut nu are o utilizare mai răspândită vizează dificultatea şi timpul îndelungat pe care le implică dacă se doreşte să fie eficientă. Calculatoarele rezolvă unele aspecte practice, dar pentru a produce rezultate valide şi utile din punct de vedere teoretic este necesar efort, pricepere şi artă.

După cum am menţionat, metoda analizei de conţinut poate fi aplicată pentru a examina orice fragment de text sau orice înregistrare a procesului de comunicare (înregistrări video şi audio, imagini de pictură şi grafică, fotografii). Datorită interesului major pentru evaluarea mesajelor mediatice, analiza de conţinut a devenit oarecum specifică ştiinţei comunicării. Lista de mai jos (Berelson, 1952) indică mai multe posibilităţi de utilizare a analizei de conţinut pentru înţelegerea procesului de comunicare :

- identifică intenţii, tendinţe ale comunicării unui individ, grup sau instituţie ;
- descrie răspunsurile atitudinale şi comportamentale faţă de comunicare ;
- determină starea psihologică sau emoţională a persoanelor sau grupurilor ;
- dezvăluie diferenţe internaţionale în conţinutul comunicării ;
- detectează existenţa propagandei.

Analiza de conţinut a textului

Dincolo de diversitatea folosirii analizei de conţinut, *demersul se concentrează pe analiza de conţinut a textului*. Ea este utilă mai ales în cercetarea sociologică şi psihologică, în ştiinţele politice şi ştiinţele educaţiei, istorie şi literatură, precum şi în multe alte discipline, datorită cantităţii mari de material scris pe care cercetătorii, în mod obişnuit, îl colectează de-a lungul desfăşurării unui proiect, în special când acest material vine din surse nestructurate variate.

Text şi realitate

Textul reprezintă materialul empiric al analizei de conţinut. El nu constituie doar datele esenţiale pe care se bazează concluziile analizei de conţinut, ci reprezintă, în acelaşi timp, baza de interpretare şi mediul de prezentare şi comunicare a acestor concluzii. Textul se dovedeşte a fi rezultatul colectării datelor şi, deopotrivă, instrumentul necesar inferenţelor.

Dacă se consideră că analiza de conţinut, mai ales în forma ei calitativă, se bizuie pe interpretarea textelor în scopul înţelegerii realităţilor sociale, două întrebări devin extrem de relevante : Ce se întâmplă când traducem realitatea în text ? Ce se întâmplă când retraducem textele în realitate sau inferăm realitatea pornind de la textele respective ?

În procesul definit de cele două interogaţii, textul înlocuieşte ceea ce este studiat. De îndată ce cercetătorul a colectat datele şi le-a relaţionat în cadrul unui text, acesta se substituie realităţii studiate, influenţând etapele ulterioare ale studiului. Din naraţiunile subiecţilor colectate pe baza interviurilor, din cuvântările politicienilor sau din articolele jurnaliştilor nu rămâne decât ceea ce s-a „surprins" şi transpus sub formă de document prin metoda de transcriere aleasă. Textul astfel produs reprezintă baza interpretărilor şi inferenţelor ulterioare şi a concluziilor derivate din ele. *Ştiinţele sociale, care s-au transformat în mod necesar în ştiinţe textuale şi se bizuie pe texte în calitate de căi de fixare şi obiectivizare a propriilor concluzii, trebuie să acorde multă atenţie demersurilor de generare şi interpretare a datelor ca texte şi a textelor ca date.*

Textul în calitate de creator al lumii : construcţii de gradul întâi şi de gradul al doilea

Faptul că relaţia dintre text şi realitate nu poate fi redusă la o simplă reprezentare de fapte (date) a fost privită destul de mult timp ca fiind o „criză de reprezentare". Pornind de la dezbaterile din etnografie (de exemplu, Berg şi Fuchs, 1993 ; Clifford şi Marcus, 1986), această criză a pus sub semnul îndoielii faptul că cercetătorii sociali pot surprinde în mod direct experienţe trăite. Se argumentează că aceste experienţe sunt create de cercetător şi transpuse în text. Aceasta este criza de reprezentare, care face legătură directă între experienţă şi „problematica textului" (Denzin şi Lincoln, 1994, p. 11).

Punctul crucial în această discuţie este cât de departe – în special în ştiinţele sociale – putem merge cu prezumţia că realitatea ar exista în afara subiectivităţii sau a punctelor de vedere împărtăşite social, şi dacă această realitate poate fi validată prin prisma reprezentărilor ei în texte sau alte produse ale cercetărilor. Diversele tipuri ale constructivismului social resping prezumţiile de acest gen. Ele pornesc de la ideea că realităţile sunt produse în mod activ de către participanţi prin intermediul înţelesurilor atribuite anumitor evenimente sau obiecte, precum şi de la constatarea că cercetarea socială nu poate evita aceste atribuiri de înţelesuri dacă doreşte să studieze realitatea socială. Prin urmare, premisele cercetării sunt ideile despre evenimentele sociale, lucrurile sau faptele pe care le întâlnim în domeniul social supus studiului şi felul în care aceste idei comunicate de la unul la altul se găsesc în competiţie sau conflict, au succes, sunt împărtăşite şi luate drept reale.

Că faptele devin relevante prin intermediul selecţiei şi interpretării este un aspect afirmat cu claritate de Alfred Schütz:

> Strict vorbind, nu există fapte pur şi simplu. Toate faptele sunt selectate din setul exterior (*outset*) de fapte, dintr-un context universal, prin intermediul activităţii noastre psihice. În consecinţă, sunt fapte interpretate sau privite ca fiind detaşate de contextul lor, prin abstracţii artificiale ori, în mod opus, sunt privite într-un cadru restrâns. În oricare dintre aceste cazuri, faptele poartă cu ele propriul orizont interpretativ, intrinsec şi extrinsec (1962, p. 5).

O idee centrală în acest context este distincţia pe care A. Schütz o face între construcţiile de gradul unu şi cele de gradul al doilea. Conform spuselor sale, construcţiile ştiinţelor sociale sunt de gradul al doilea, un fel de construcţii clădite pe baza celor făcute de actorii sociali. Potrivit celor spuse, percepţia de zi cu zi şi cunoaşterea constituie fundamentul pe care oamenii de ştiinţă din domeniul socialului construiesc o „versiune a lumii" mult mai formalizată şi mai generalizată (Goodman, 1978). Prin corespondenţă, A. Schütz (1962, p. 208) introduce conceptul de „realităţi multiple", potrivit căruia lumea ştiinţei este una singură, organizată parţial după aceleaşi principii pe baza cărora este organizată viaţa de zi cu zi şi, parţial, conform altor principii.

În particular, cercetarea specifică ştiinţelor sociale se confruntă cu problema că întâlneşte lumea preferată pentru studiu, însă numai în acele

versiuni existente sau construite prin interacţiunea banală ori concurenţială a subiecţilor. Cunoaşterea ştiinţifică şi prezentarea interacţiunilor includ procese diferite în construirea realităţii: în cazul celor studiaţi, construcţii subiective de zi cu zi; în cazul cercetătorilor, construcţii ştiinţifice ce vizează colectarea, analiza şi interpretarea datelor, precum şi prezentarea concluziilor (fig. 1.1).

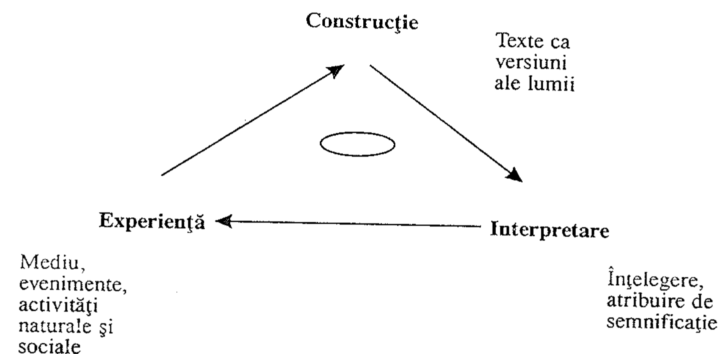


Figura 1.1 – *Acordul dintre construcţie şi interpretare*

În aceste construcţii (texte), relaţiile luate ca date sunt traduse astfel: experienţa de zi cu zi dobândită prin cunoaşterea celor studiaţi şi relatările acelor experienţe devin pentru cercetători evenimente sau activităţi consemnate în texte.

Caracteristicile analizei de conţinut textuale

În analiza de conţinut, cercetătorul foloseşte proceduri obiective şi sistematice de numărare şi înregistrare, dar şi proceduri subiective de interpretare, realizând astfel o descriere cantitativă şi calitativă a conţinutului simbolic din text.

Caracteristica definitorie a analizei de conţinut textuale este procesul organizării pe categorii numit „codare", ce constă în marcarea pasajelor de text cu coduri alfanumerice (litere, numere şi uneori caractere speciale sau simboluri) sau cu coduri formate din cuvinte sau expresii. De fapt, Markoff, Shapiro şi Weitman (1974) au sugerat că, probabil, „codarea textuală" ar fi un nume mai bun decât „analiza de conţinut". Codarea

creează „variabile categoriale" ce reprezintă informația verbală care, apoi, poate fi analizată prin metode statistice sau tehnici de analiză calitativă.

Există o serie de software specializate care pot să codeze cu ușurință datele textuale și să le combine cu date cantitative. Cercetătorul poate analiza ambele feluri de date cu metode statistice variate. De asemenea, aceste programe permit analiza unor volume mari de date textuale, facilitând multe dintre etapele pe care le presupune o analiză de conținut. Mai mult, procedurile explicite și de verificare a calității permit ca două sau mai multe grupuri de cercetători să lucreze la aceleași feluri de date în diferite locuri geografice.

Textele de analizat pot proveni de la interviuri semistructurate sau nestructurate, discuții din focus-grup, studii de caz, întrebări deschise din chestionare, cuvântări și texte politice, articole, legi etc. Pentru a organiza ideile-cheie ale unui text, cercetătorul identifică subiectele și problemele, adică *temele* acestuia. De exemplu, participarea la o conferință poate avea ca rezultat o listă de probleme reieșită din notițele luate. Însă analiza de conținut merge mai departe dacă cercetătorul calculează frecvența afirmațiilor, detectează diferențe subtile în intensitatea acestora sau examinează problemele în timp, în diferite situații ori din perspectiva unor grupuri sociale diferite. Analiza de conținut nu ne ajută numai la rezumarea conținutului formal al materialului scris – de asemenea, ea poate să descrie atitudini sau percepții ale autorului (emitentului) textului sau mesajului.

Analiza de conținut textuală este o tehnică utilă care prilejuiește descoperirea și descrierea interesului asupra căruia se concentrează atenția individuală, de grup, instituțională sau socială. Deși descrierea acestui interes reprezintă o etapă importantă a procesului, cercetătorul nu trebuie să piardă din vedere scopul analizei de conținut: *efectuarea de inferențe*. Desigur că inferențele pot fi coroborate cu alte metode de strângere a informațiilor care îmbogățesc rezultatele analizei.

Tipurile analizei de conținut

Complexitatea analizei de conținut a textelor a dus la diferențierea a trei tipuri generale aflate în strânsă legătură: analiza conceptuală, analiza relațională și analiza calitativă. *Analiza conceptuală* poate fi gândită ca urmărind să stabilească prezența și frecvența conceptelor într-un text. Cel mai adesea, aceste concepte sunt reprezentate prin cuvinte sau sintagme.

Analiza relațională se bazează pe analiza conceptuală și examinează relațiile dintre concepte. La rândul ei, *analiza de conținut calitativă* se întemeiază pe primele două tipuri, aplică regulile analitice specifice investigației calitative a textului (identificarea temelor, atribuirea segmentelor de text, derivarea concluziilor).

Capitolul 2

Structura şi elementele designului cercetării

Cinci factori majori sunt luaţi în considerare când decidem să folosim analiza de conţinut: (1) obiectivele de îndeplinit; (2) datele disponibile sau care vor fi colectate; (3) felul datelor care se cer; (4) tipurile de analiză; şi (5) necesarul de resurse. Deoarece, uneori, analiza de conţinut este parte a unui proiect de cercetare mai amplu, decizia de a o utiliza trebuie să se potrivească cu sarcinile acestuia. Oricum, designul analizei de conţinut nu diferă prea mult de cel pentru oricare altă cercetare din ştiinţele sociale.

Orice cercetare din domeniul socialului are trei faze: designul, execuţia şi raportul. În unele tipuri de cercetare, aceste faze sunt distincte şi secvenţiale. În alte tipuri, ele se pot amesteca. Analiza de conţinut urmează primul tip. În cele ce urmează ne ocupăm de prima fază, designul cercetării, care anticipează modul de realizare a ei.

N. Blaikie (2000) apreciază că *elaborarea designului cercetării este probabil cea mai dificilă parte a investigaţiei sociale.* Designul („proiect de cercetare empirică") încearcă să producă răspunsuri la întrebările cercetării prin colectarea şi analiza empirică a datelor legate de unele aspecte ale vieţii sociale – în cazul nostru, a textelor variate sau materialelor audio şi video care relatează aceste aspecte. Ca urmare, *designul cercetării* se referă la *procesul care leagă întrebările cercetării, datele empirice şi concluziile cercetării.* Aşa cum spune Yin (2002), „designul cercetării este un plan de acţiune pentru a ajunge de aici până acolo". În mod ideal, el reprezintă procesul de luare a deciziilor legate de proiectul cercetării înainte ca acesta să fie dus la bun sfârşit. Acest lucru implică anticiparea tuturor aspectelor cercetării şi planificarea lor pentru a le executa într-o manieră integrată. De asemenea, designul cercetării constituie

modul şi mijlocul prin care se realizează controlul în cursul procesului de analiză.

Se spune că putem compara designul cercetării cu activităţile unui arhitect în vederea proiectării unei construcţii. Şi cum orice construcţie se poate realiza în diverse moduri, la fel şi componentele designului cercetării pot fi organizate în modalităţi diferite.

Tema cercetării

Analiza de conţinut trebuie să aibă un titlu care să fie atât concis, cât şi informativ. El trebuie să surprindă esenţa analizei, ce şi cum se va realiza. Iată un exemplu: „Problemele învăţământului superior în cotidiene: o analiză de conţinut". Deşi este util să avem un enunţ al temei clar încă de la începutul conceperii designului, acest lucru nu este întotdeauna posibil. Nu numai că natura subiectului va fi probabil clarificată în timpul pregătirii designului cercetării, dar şi cel mai bun titlu poate apărea numai după definitivarea cercetării. Tema sau problema este un puzzle intelectual pe care cercetătorul intenţionează să-l exploreze. Expunerea temei va consta în mod normal din câteva paragrafe, care prezintă o descriere concisă a naturii problemei de investigat prin analiza de conţinut. De obicei, aceasta necesită referiri la literatura de specialitate: rapoarte de cercetare legate de aria investigată, discuţii teoretice atât academice, cât şi neacademice, statistici oficiale şi, poate, articole din presă.

Pe scurt, designul analizei de conţinut este produsul unui proces evolutiv, de dezvoltare, fiind posibil ca el să implice un număr de încercări înainte ca toate alegerile să fie făcute şi să devină coerent. În multe analize de conţinut, designul va fi probabil rafinat în cursul cercetării.

Motivaţii, scopuri şi semnificaţii

Designul cercetării este locul unde vor fi declarate motivele personale şi scopurile pentru întreprinderea cercetării. Cercetătorii universitari, inclusiv studenţii, au motive personale atât pentru realizarea cercetării, cât şi pentru alegerea unui subiect specific. Expunerea motivelor şi scopurilor este un exerciţiu folositor şi adesea chiar revelator. Exemplul temei de cercetare de mai înainte ilustrează afirmaţia.

Întrebările cercetării

Răspunsul la întrebările cercetării orientează activităţile ei, motiv pentru care *constituie cel mai important element al oricărui design*. Deciziile legate de toate celelalte aspecte ale designului depind de contribuţia acestora la răspunsurile cerute de întrebările cercetării. Altfel spus, formularea întrebărilor este punctul real de plecare în pregătirea unui design al analizei de conţinut. Întrebările sunt esenţiale şi trebuie afirmate cu claritate şi în mod concis. În general, analiza de conţinut poate fi folosită pentru a răspunde la întrebarea „Ce?", dar nu la „De ce?". Adică întrebarea îi ajută pe analişti să descrie sau să rezume conţinutul materialului scris, atitudinile şi percepţiile autorului textului sau efectele lui asupra audienţei.

În cele mai multe cercetări în care se foloseşte tehnica analizei de conţinut, cercetătorii încep cu formularea unei întrebări generale. Când întrebarea implică variabile care sunt mesaje sau simboluri, atunci analiza de conţinut este potrivită pentru realizarea cercetării. De exemplu, vrem să studiem cum acoperă (relatează) ziarele o campanie politică. Constructul[1] „acoperirea campaniei politice" include dimensiunea acoperirii, importanţa ei relativă şi dacă relatările favorizează un candidat (partid) faţă de altul. Desigur că putem face o anchetă pentru a-i întreba pe oameni ce cred referitor la modul în care ziarele relatează campania politică, dar o strategie mai bună este să examinăm în mod direct ziarele de ştiri folosind analiza de conţinut.

Joohoan Kim a făcut o analiză de conţinut[2] care a pornit de la următoarea *întrebare generală*: Cum sunt relatate cazurile de crimă în *New York Times* şi *New York Newsday*? *Scopul studiului* este înţelegerea patternurilor folosite de cotidiene pentru a relata problemele legate de moartea prin crimă. Pentru aceasta, analiza de conţinut a încercat să răspundă la următorul set de *întrebări*:

1. Care sunt caracteristicile articolelor care relatează despre ucidere şi moarte în termenii dimensiunii (numărul cuvintelor), locului în pagină, folosirii fotografiilor şi categoriilor subiectului?

1. *Construct* – o imagine, o idee ori o teorie, un complex format dintr-un număr de elemente simple; idee abstractă sau generală inferată sau derivată din cauze specifice.
2. http://www.cis.upenn.edu/~sjokim/home.html (accesat la 20 martie 2003).

2. Cine sunt cei care mor prin crimă despre care relatează cotidienele? La ce trăsături ale victimelor se referă - de pildă, nume, sex, vârstă, etnie, ocupaţie, număr? Cine sunt criminalii?
3. Care sunt patternurile relatărilor despre ucidere? Cât de des îşi exprimă ziarele propria atitudine? Când? Care sunt patternurile prin care îşi exprimă atitudinea? Cum aleg forma de relatare - în termenii raportului neutru sau al unei naraţiuni?
4. Ce fel de aspecte ale morţii şi uciderii sunt subliniate în mod deosebit în titluri şi subtitluri? Când?
5. Care sunt relaţiile dintre variabilele menţionate mai sus?

Dacă întrebările primesc răspunsuri satisfăcătoare, se clarifică modul în care se procedează pe parcursul cercetării. Astfel, conţinutul materialului poate fi rezumat prin listarea temelor şi calculul frecvenţei conceptelor şi categoriilor. Atitudinile şi percepţiile autorului pot fi descrise. De asemenea, se pot descrie efectele mesajelor asupra receptorilor.

Obiectivele cercetării

Obiectivele sunt probleme de realizat formulate în mod precis, prin conversia întrebărilor la care cercetătorul sau echipa unui proiect încearcă să răspundă. Ele sunt definite riguros şi specifică ce anume intenţionează să realizeze cercetarea: „explorare", „descriere", „înţelegere". Obiectivele ne ajută să definim scopul studiului şi, împreună cu întrebările cercetării, să asigure analizei o direcţie clară.

Revederea literaturii

Designul analizei de conţinut trebuie să includă o revedere succintă a literaturii de specialitate. Funcţia ei majoră este să lege cercetarea propusă cu starea curentă a cunoştinţelor relevante. Ar putea fi necesară examinarea multor domenii ale literaturii pentru a se asigura justificarea cercetării respective, pentru selectarea teoriei care o întemeiază, a tehnicii şi instrumentelor de lucru. Oricum, în mod normal, această secţiune a designului va fi limitată la indicarea clară a ceea ce se cunoaşte cu privire la fiecare din întrebările analizei pe baza cercetărilor precedente ori a ceea ce se poate anticipa în lumina teoriei sociale existente. De obicei, lucrul în acest

sens continuă pe toată durata cercetării. Oricum, în design este normal să fie inclus numai un sumar al literaturii relevante.

Selectarea surselor de date

O etapă critică a oricărei cercetări sociale este procesul selecţiei surselor de date de la care - sau despre care - vor fi colectate datele. Eşantionarea în analiza de conţinut este necesară dacă materialul - „universul" cercetării - este prea extins pentru a fi analizat în întregime. Indiferent dacă metodele de eşantionare folosite sunt probabiliste, nonprobabiliste sau strategii calitativiste, metoda sau metodele folosite trebuie să fie descrise în detaliu şi alegerile făcute să fie bine justificate. În plus, sursa şi dimensiunea populaţiei şi eşantionului trebuie determinate şi justificate.

Colectarea datelor

Colectarea şi analiza datelor sunt considerate frecvent nucleul activităţilor în cercetarea socială. Cercetătorii novici au tendinţa de a se lansa în colectarea datelor cât mai curând după alegerea temei. Dar decizia privind colectarea şi analiza trebuie să aştepte multe alte consideraţii. De pildă, designul analizei trebuie mai întâi să specifice clar metoda ori metodele folosite pentru colectarea datelor. De asemenea, există o gamă largă de factori pragmatici care trebuie avuţi în vedere. Aceştia includ natura temei propuse, obiectivele analizei, felul întrebărilor, contextul cercetării, expertiza şi personalitatea cercetătorului, timpul şi bugetul avut la dispoziţie, echipamentul disponibil (inclusiv calculatoare şi software specializate) şi aşteptările celor care au alocat fonduri, colegilor sau utilizatorilor rezultatelor cercetării.

Analiza de conţinut poate fi folosită pentru studierea oricărui material înregistrat atât timp cât informaţia este disponibilă pentru a fi reanalizată în vederea verificării fidelităţii. Deşi este folosită cel mai frecvent pentru analizarea materialului scris, analiza de conţinut poate fi utilizată la studierea comunicării înregistrate, inclusiv programe de televiziune, filme şi fotografii. Ea poate colecta şi analiza declaraţii parlamentare, legislaţia, alte documente publice, studii de caz, rapoarte, ziare, cărţi, articole şi scrisori. Oricum, o cuvântare sau o discuţie nu poate fi analizată până nu a fost înregistrată sau transcrisă.

Reducerea datelor şi analiza

Ultimul element important al designului cercetării este *specificarea şi justificarea metodelor care urmează să fie folosite pentru reducerea şi analizarea datelor.* Metodele de reducere a datelor transformă şirurile de date într-o formă în care să poată fi analizate. Aceasta poate implica transformarea datelor calitative în date cantitative prin unele forme de codare numerică ori recodarea datelor numerice existente în diferite categorii. Codarea este de asemenea folosită pentru organizarea şi simplificarea datelor colectate fie în formă cantitativă, fie în formă calitativă. Pentru ambele metode există pachete de software potrivite, lucru ce presupune organizarea datelor în aşa fel încât acestea să poată fi transferate pe computer.

N. Blaikie (2000) subliniază că, din mai multe puncte de vedere, *designul unui proiect de cercetare este mai dificil de conceput decât de făcut*. De asemenea, chiar şi în cele mai prudente proiecte de analiză există întotdeauna posibilitatea ca un lucru să nu meargă cum trebuie. Dar dincolo de aceasta, tema centrală a demersului este de a arăta că analiza de conţinut, la fel ca toate celelalte moduri de cercetare a socialului, are nevoie să fie planificată temeinic pentru a asigura succesul rezultatului.

Trebuie să ştim însă că designul cercetării este întotdeauna un compromis între modul ideal de a răspunde la întrebările cercetării şi ce este practic în lumina constrângerilor financiare, de timp şi altele. Pe scurt, designurile bune sunt creative şi cu soluţii acceptabile profesional faţă de problemele şi limitele cu care ne confruntăm la începutul şi pe timpul desfăşurării analizei de conţinut.

Timpul şi grija pentru pregătirea unui design de cercetare comprehensiv şi detaliat merită efortul. Nu ne rămâne decât să sperăm ca în activităţile noastre de cercetare, planificarea meticuloasă şi creativă să ne conducă la rezultate fructuoase.

Etapele designului analizei de conţinut

Exemplul următor particularizează structura şi elementele designului cercetării sociale la analiza de conţinut.

1. Stabilirea temei cercetării şi a întrebării generale; formularea setului de întrebări şi a obiectivelor

- Întrebări: „cine?", „ce?", „care?", „cum?"

1.1. Formularea *întrebărilor cercetării* pentru a realiza unul sau mai multe dintre următoarele *obiective*:

- descrierea conţinutului textului (mesajului comunicat) prin strategia inductivă;
- testarea ipotezelor caracteristice mesajului prin strategia deductivă;
- identificarea patternurilor comunicării unor probleme sociale variate;
- compararea conţinutului mesajului (textual sau media) cu „lumea reală";
- atribuirea imaginii unor grupuri particulare din societate;
- stabilirea unui punct de plecare pentru studiul efectelor comunicării.

2. Metodologia

2.1. Documentarea teoretică

2.2. Definirea universului cercetării; specificarea graniţelor conţinutului ce va fi examinat după subiect, perioada de timp etc.

2.3. Eşantionarea

- Tehnici de eşantionare probabilistă
- Tehnici de eşantionare nonprobabilistă
- Strategii de eşantionare calitativă

2.4. Luarea deciziilor cu privire la variabile; se stabileşte nivelul de măsurare (scale nominale, ordinale, de intervale şi de rapoarte) şi regulile de codare

- În cazul codării umane, *cartea codurilor* şi *formularul codării* trebuie construite în avans (deductiv), apoi îmbunătăţite şi dezvoltate pe parcurs (inductiv).
- În cazul codării pe computer, dicţionarul sau alt protocol de codare trebuie stabilit aprioric. Distingerea între *unitatea de*

colectare (înregistrare) a datelor (elementul faţă de care fiecare variabilă este măsurată) şi *unitatea de analiză* (partea textului care va fi numărată, analizată, descrisă sau interpretată, adică elementul după care datele sunt analizate şi faţă de care rezultatele sunt prezentate) impune să avem în vedere că, uneori, cele două lucruri sunt aceleaşi. De pildă, în cele mai multe investigaţii sociale, persoana individuală este atât unitate de colectare a datelor, cât şi unitate de analiză. În analiza de conţinut, unitatea de colectare a datelor ori unitatea de analiză – sau amândouă – trebuie să fie o *unitate de text* (cuvânt, sens al cuvântului, propoziţie/frază, paragraf, temă, text întreg).
- Dacă este cazul, stabilirea *unităţii de context*.
- Definirea *categoriilor de conţinut* (exhaustive şi mutual exclusive).

3. **Codarea**
   3.1. În cazul *codării pe computer* cu ajutorul unor programe dedicate, aplicăm dicţionarele la textele eşantionate pentru a genera frecvenţele unităţilor de analiză.
   3.2. În cazul folosirii *codării umane*, se face verificarea procentului acordului intercodor sau intracodor pentru fiecare variabilă.
4. **Analiza datelor prin comparaţii** după: cuvinte pozitive sau negative, grile de lectură, perioade de timp, domeniile subiectului, surse, rezultate, „viaţa reală” etc.
   4.1. Analiza statistică (univariată, bivariată sau multivariată)
   4.2. Analiza calitativă
5. **Redactarea raportului de cercetare**
   5.1. Rezultatele şi semnificaţia lor statistică

Capitolul 3

Analiza de conţinut conceptuală (cantitativă)

Procesul tipic al analizei de conţinut conceptuale

T. Rotariu (1986) arată că una dintre direcţiile pe care s-a mers în analiza documentelor

> este analiza cantitativă, al cărei obiectiv fundamental îl constituie transformarea informaţiei descriptiv-discursive a documentelor în unităţi (entităţi) numărabile sau, eventual, măsurabile, după anumite însuşiri (1986, p. 133).

Pentru a realiza acest lucru, Kimberly A. Neuendorf (2002, pp. 49-52) consideră că trebuie să parcurgem nouă paşi semnificativi. O importantă distincţie în acest proces o reprezintă bifurcarea ce apare la paşii 4 şi 7 datorită deciziei de a adopta codarea umană sau codarea cu ajutorul computerului.

1. Teoria şi raţionalitatea cercetării
- Ce conţinut va fi analizat şi de ce?
- Există anumite teorii ori perspective care indică faptul că conţinutul mesajului din text este important de studiat?
- Munca în bibliotecă este necesară pentru o revedere a literaturii şi a rezultatelor cercetărilor anterioare.
- Vom folosi un model integrativ ce leagă analiza de conţinut cu alte date şi care permite indicarea relaţiilor cu caracteristicile sursei sau receptorului?
- Avem formulate întrebările cercetării? Ipotezele?

2. **Conceptualizări**
   - Ce variabile vom folosi în studiu şi cum le definim conceptual (de exemplu, cu dicţionarul elaborăm definiţii tip)?
   - Putem prezenta câteva exemple ale conţinutului pe care îl analizăm, ca să fim siguri că acoperim ce dorim să aflăm.
3. **Operaţionalizări (măsuri)**
   - Măsurile trebuie să se potrivească conceptualizărilor (ceea ce se numeşte validitate internă).
   - Ce unitate de colectare a datelor folosim? Putem avea mai mult decât o unitate (de pildă, schema de codare a emitentului şi schema de codare a receptorului).
   - Variabilele sunt măsurate bine (categoriile sunt *exhaustive* şi *mutual exclusive*)?
   - Validitatea categoriilor şi validitatea conţinutului pot fi evaluate în acest moment?
4. **Schemele codării**

   4a. Schemele codării în codarea umană. Este nevoie să stabilim următoarele materiale:
   - Cartea codurilor (cuprinde modul de măsurare a tuturor variabilelor, explicat complet)
   - Formularul codării (codorii îl folosesc în procesul de codare).

   4b. Schemele codării în codarea cu ajutorul computerului
   - Analiza de conţinut a textului cu ajutorul computerului necesită şi ea un fel de carte a codurilor, o explicaţie completă a dicţionarelor şi a modului de aplicare a lor.
   - Nu există dicţionare standard în limba română, aşa încât trebuie să creăm dicţionare adecvate temei cercetate; apoi ne asigurăm pe un eşantion de text că generează lista frecvenţelor şi găsesc cuvintele- şi expresiile-cheie.
5. **Eşantionarea**
   - Este posibilă analiza de conţinut a întregii populaţii? Dacă da, trecem la pasul 6.
   - Cum va fi realizat eşantionul aleator din populaţia documentelor? El poate fi făcut după perioada de timp, după probleme, după pagini, după sursă ş.a.m.d.
6. **Instruirea codorilor şi testul-pilot**
   - Pe timpul sesiunii de instruire descoperim dacă codorii realizează acordul privind codarea variabilelor. Prin testarea codării, observăm fidelitatea pentru fiecare variabilă.

   - În fiecare etapă parcursă revizuim cartea codurilor şi formularul de codare.
7. **Codarea**

   7a. Codarea umană
   - Folosim cel puţin doi codori pentru a stabili acordul intercodor sau se realizează acordul intracodor dacă lucrează numai cercetătorul.
   - Codarea trebuie făcută independent, pentru a realiza procentul de suprapunere stabilit pentru testul de fidelitate.

   7b. Codarea cu ajutorul computerului
   - Aplicăm dicţionarele la textele eşantionate pentru a genera frecvenţe ale unităţii de colectare a datelor pentru fiecare dicţionar. Software ce pot fi folosite sunt: CATPAC; Concordance 2.0; VBPro; Diction 5.0; INTEXT 4.1; Text Smart; Word Stat 4.5; ATLAS.ti; ConcApp.
   - Facem scurte verificări pentru validare.
8. **Fidelitatea (numai pentru codarea umană)**
   - Calculăm acordul intercodor sau intracodor pentru fiecare variabilă, după cum urmează: coeficientul kappa al lui Cohen, coeficientul alfa al lui Krippendorff în cazul variabilelor nominale şi coeficientul rho (Spearman) ori r (Pearson) în cazul variabilelor ordinale. Pentru această operaţiune pot fi folosite oricare dintre următoarele programe specializate: Agree, Krippendorff's alpha 3.12a sau Pram.
9. **Analiza statistică şi/sau calitativă; raportul cercetării**
   - Rezultatele statistice pot fi relatate prin analiza univariată, bivariată şi multivariată în raport cu numărul variabilelor independente şi dependente, precum şi cu nivelul de măsurare al acestora (nominal, ordinal, intervale/rapoarte).

Selectarea materialului pentru analiză

Pentru a selecta materialul în vederea includerii lui în analiza de conţinut, cercetătorii trebuie mai întâi să gândească populaţia documentelor. De exemplu, populaţia poate fi formată din toate cuvintele, propoziţiile/frazele, paragrafele sau articolele dintr-un anumit tip de documente de-a lungul

unei perioade de timp specifice. Pentru unele subiecte, cercetătorii trebuie să colecteze datele dintr-o bază de date. Aceasta se întâmplă când folosesc interviul sau focus-grupul pentru a obține răspunsuri la întrebările cercetării. În alt caz putem include în populație fiecare conversație, situație, scenă, episod al unui anumit program de televiziune de-a lungul unei perioade de timp.

Ce este un document ?

Un document trebuie să fie separabil fizic, dimensionat minimal și să conțină informații textuale. O scrisoare este un document. Fiecare ediție a ziarului *Adevărul* este un document. Un dosar nu este un document, deoarece conține elemente mai mici care sunt separate fizic, dintre care unele au conținutul lor distinct. O carte este oarecum ambiguă ca document. Multe cărți pot fi considerate document, dar o carte în care fiecare capitol are autori diferiți poate fi gândită mai bine ca un agregat de documente. Transcrierea unui interviu calitativ poate fi definită ca un document. Oricum, dacă scopul analizei de conținut a fost limitat numai la răspunsurile la una din întrebările interviului, atunci doar transcrierea care aparține răspunsului poate fi un document.

Alegerea metodei de eșantionare

Eșantionarea este necesară când populația de documente este prea mare pentru a fi analizată în întregime. Sunt disponibile două opțiuni : eșantionarea probabilistă și eșantionarea nonprobabilistă.

Eșantionarea probabilistă poate fi alegerea corectă dacă întrebarea cercetării implică nevoia generalizării de la eșantion la populație și dacă procedurile cerute pentru eșantionarea probabilistă sunt practice în anumite circumstanțe. În unele cercetări, eșantionarea multistadială este potrivită și, de aceea, recomandată.

Eșantionarea nonprobabilistă poate fi alegerea corectă dacă generalizarea nu este necesară ori dacă procedurile eșantionării probabiliste nu sunt practice. De exemplu, ca să reducem materialul textual la proporții ușor de mânuit, cercetătorii aleg un eșantion nonprobabilist al documentelor. De asemenea, se poate folosi eșantionarea pe cote. Astfel se

identifică variabilele-cheie după care un anumit număr de unități de eșantionare se includ în studiu.

R.Ph. Weber (1990) recomandă ca, la rândul lor, documentele alese pentru analiză să fie eșantionate în întregime pentru a prezerva coerența semantică, dar admite că eșantionarea segmentelor de text poate fi o strategie bună când un document conține cantități substanțiale de material nerelevant pentru studiu ori când nu este dezirabil să extragem informația dintr-un număr mare de documente voluminoase.

Dimensiunea eșantionului

După cum subliniază T. Rotariu (1986), „stabilirea populației și a eșantionului de documente se face în corelație strânsă cu precizarea foarte exactă a problemei de studiat" (p. 135). Explicația este simplă : ele trebuie să fie semnificative pentru faptele sociale pe care le cercetăm.

Din păcate, nu există un set de criterii acceptate pentru alegerea dimensiunii eșantionului. Oricum, sunt tehnici suficient de bune pentru determinarea corespunzătoare a mărimii lui. În unele cercetări s-au testat dimensiuni variate ale eșantionului pentru aplicații specifice analizei de conținut. G.H. Stempel (1952) a găsit că pentru studierea unei populații formate din numărul aparițiilor unui ziar de-a lungul unui an este suficient să identificăm articolele din două săptămâni, selectate sistematic, pe baza unei abordări holiste realizate prin interconectarea conceptuală a articolelor distincte. Într-o cercetare, Lacy, Robinson și Riffe (1995) au utilizat 320 de eșantioane diferite extrase din cele 52 de ediții apărute într-un an a două publicații săptămânale. Ei au găsit că 12 eșantioane (stratificate pe lună) pot reprezenta adecvat populația articolelor.

Autorul analizei de conținut privind modul în care două ziare din New York relatează moartea produsă prin crimă a ajuns la dimensiunea eșantionului astfel : din 52 de săptămâni ale perioadei de 1 an (noiembrie 1992 – octombrie 1993) au fost selectate 52 de zile, câte una din fiecare săptămână. Din articolele publicate în zilele selectate, au fost identificate cele care conțineau oricare din 7 cuvinte folosite pentru a căuta în arhiva ziarelor : „ucide, mort, moarte, omorât, asasinat, sinucidere, omucidere". Dintre aceste articole ale fiecărei zile, au fost selectate 3 articole (al 3-lea, al 13-lea și al 23-lea). În consecință, în total s-au identificat 312 articole (156 din fiecare ziar). Oricum, nu toate cele 312 articole relatau despre

incidente mortale ; unele au fost selectate deoarece includeau unul din cele 7 cuvinte de căutare stabilite, dar erau utilizate în sens metaforic. Evident, acestea au fost excluse din eşantion. Oricum, *dimensiunea acceptabilă a eşantionului variază în funcţie de ziar şi de variabilele examinate.*

O metodă mult mai generală de determinare a dimensiunii dezirabile a eşantionului este să îl calculăm folosind formulele erorii standard şi a intervalelor de confidenţă. Dimensiunea *n* dorită este derivată din două elemente : (a) intervalul de confidenţă dezirabil în jurul mediei date a eşantionului şi (b) variaţia estimată pentru o variabilă în populaţie. Tehnica presupune un eşantion aleator. Tabelul 3.1 cuprinde dimensiunile eşantioanelor selectate după intervalele de confidenţă pentru un caz particular simplu - variabila dihotomică (două alegeri). Modul de calcul poate fi găsit în lucrările de statistică socială.

Tabelul 3.1 - *Stabilirea dimensiunii eşantionului după o variabilă dihotomică*

Eroarea de eşantionare	Nivel de confidenţă 95%	Nivel de confidenţă 99%
±2%	2.404	4.160
±3%	1.087	1.852
±5%	384	665
±10%	96	167

Să ne imaginăm că variabila primară de interes este promovarea reclamelor electorale într-un ziar, dacă sunt negative (de exemplu, atacă opoziţia) sau nu. În tabelul 3.1 observăm că pentru a fi încrezători în proporţie de 95% că rezultatele statistice pot fi generalizate la parametrii populaţiei ±5%, trebuie să analizăm cel puţin 384 de reclame. Subliniem că deşi astfel de eşantioane mari sunt o provocare pentru studiile care folosesc codori umani, programele pentru analiza textului fac munca mult mai uşoară.

Măsurarea : definirea variabilelor şi operaţionalizarea

Procesul măsurării începe după ce cercetătorul a formulat întrebările cercetării şi a determinat variabilele şi unităţile de analiză pe care le va folosi în proiect. Preocuparea majoră este elaborarea cu claritate a definiţiei fiecărei variabile şi crearea măsurilor care produc date cu acurateţe şi precizie.

Variabila este o idee centrală în cercetarea cantitativă, aşa încât ne vom opri puţin asupra ei. Se afirmă că limbajul cercetării cantitative este un limbaj al variabilelor şi relaţiilor dintre ele - prin urmare, definirea lor cu atenţie este esenţială. *O variabilă este un concept, idee sau construct definibil şi măsurabil care variază, adică are valori diferite pentru cazuri sau unităţi diferite.*

Există două tipuri de concepte : cele care se referă la un fenomen cu valoare neschimbătoare (de exemplu, tipul ideal de birocraţie) şi cele care variază în cantitate, intensitate sau dezvoltare (de pildă, nivelul educaţiei). Al doilea tip de concept şi măsurarea conceptelor sunt variabile. Variabilele pot lua două sau mai multe valori. Odată ce începem să le căutăm, le vom găsi pretutindeni. De pildă, genul social este o variabilă ; el poate lua două valori : „masculin" şi „feminin". Statusul marital este o variabilă ; el poate lua valorile „celibatar", „căsătorit", „divorţat" sau „văduv". Tipul de infracţiune comisă este o variabilă ; poate lua valorile „jaf", „furt", „omor" şi aşa mai departe. Venitul familiei este o variabilă ; poate lua valori de la zero la miliarde de lei. Atitudinea unei persoane faţă de căsătoria dintre persoane de acelaşi sex este o variabilă ; ea se poate manifesta de la exprimarea puternică în favoarea legalizării ei până la credinţa puternică împotriva acestei legalizări.

Valorile sau categoriile variabilei sunt *atributele* ei. Este uşor să confundăm variabilele cu atributele. Variabilele şi atributele sunt relaţionate, dar au scopuri distincte. Confuzia apare deoarece atributul unei variabile poate deveni el însuşi o variabilă separată printr-o schimbare uşoară a definiţiei. *Distincţia se face aşadar între conceptele care variază şi condiţiile în care acele concepte variază.* De pildă, „masculin" nu este o variabilă ; el descrie o categorie a genului social şi este un atribut al variabilei „gen social". Însă ideea derivată, „gradul de masculinitate", este o variabilă. Ea descrie intensitatea ataşată atitudinilor, credinţelor şi

comportamentelor asociate cu conceptul de *masculinitate* într-o cultură. „Căsătorit” nu este o variabilă; el este un atribut al variabilei „status marital”. Idei relaționate astfel, cum ar fi „numărul anilor de căsătorie” sau „gradul de încredere într-o căsătorie”, sunt variabile. La fel, „jaful” nu este o variabilă; el este un atribut al variabilei „tipul de infracțiune”. „Numărul jafurilor”, „rata jafurilor” sau „tipul de jaf” sunt toate variabile, deoarece variază sau iau valori multiple.

Avem nevoie să redefinim conceptele ce ne interesează într-un proiect de cercetare cantitativă într-un limbaj al variabilelor. Exemplele cu care am ilustrat variabilele și atributele lor, cu ușoare modificări în definiție, schimbă o nonvariabilă într-un concept variabil.

Procesul măsurării în analiza de conținut pornește cu un concept, construct sau idee, adică o variabilă, și continuă cu dezvoltarea unei măsuri (procedură sau instrument) pentru observarea ei empirică. În acest fel, măsurarea începe cu concepte și se termină cu indicatori specifici, concreți. Cercetătorul folosește apoi măsurile pentru a produce date într-o formă numerică. În realitate, procesul este interactiv, deoarece conceptele devin tot mai clare și mai bine definite pe măsură ce analistul dezvoltă măsurile pentru ele.

La începutul procesului de măsurare, cercetătorul conceptualizează și operaționalizează fiecare variabilă. *Conceptualizarea este procesul prin care un construct sau concept este rafinat printr-o definiție conceptuală sau teoretică.* Definiția conceptuală este realizată în termeni abstracți. Acest lucru îl facem, de exemplu, când întrebăm: „Ce înseamnă moral în politică?”. Ca să obținem răspunsul, ne referim la alte idei, concepte sau constructe (de pildă, onestitate, încredere, corectitudine, respect etc.). Nu există o cale magică prin care să transformăm constructul într-o definiție conceptuală precisă. Sarcina implică gândire atentă, observarea directă a textului, consultarea colegilor, citirea altor lucrări, apelul la dicționare și cărți de specialitate, încercări de formulare a unor definiții posibile. În acest mod putem avea numeroase definiții pe care trebuie apoi să le sortăm.

După ce avem o definiție care lucrează (spunem „lucrează” deoarece poate fi modificată), suntem gata pentru operaționalizare – procesul dezvoltării unei definiții operaționale din construct. O definiție operațională este făcută în termeni operaționali specifici, instrumente de măsură sau proceduri. Uneori este denumită *măsura constructului* sau *indicator*. Operaționalizarea leagă limbajul teoretic de limbajul măsurilor empirice. Teoria

este plină de concepte abstracte, definiții, ipoteze, relații și cauzalitate. Măsurile empirice descriu cum oamenii măsoară în mod concret variabilele specifice.

Legătura dintre indicatori și constructe este o problemă centrală pentru măsurarea cantitativă. În timpul operaționalizării, cercetătorul leagă lumea ideilor de realitatea observabilă – în cazul nostru, textul. Pentru aceasta folosește *regulile corespondenței* – afirmații logice despre cum un indicator corespunde unui construct abstract. În analiza de conținut, variabilele sunt operaționalizate cu ajutorul unui *sistem (unei scheme) de codare* – un set de instrucțiuni sau reguli despre modul sistematic de observare și înregistrare a conținutului unui text. Cercetătorul potrivește schema la tipul textului sau mediul comunicării ce va fi studiat (de exemplu, piese de televiziune, cărți, fotografii de reclamă din reviste, discurs politic etc.), care depinde și de unitatea de analiză aleasă de cercetător.

Măsurarea în analiza de conținut folosește *observația structurată*, adică *observația sistematică bazată pe reguli scrise*. În acest fel este posibilă replicarea și îmbunătățirea fidelității. Măsurarea cu grijă este crucială, deoarece cercetătorul ia o comunicare simbolică difuză și o schimbă în date cantitative precise, obiective. În acest sens, designul cercetării trebuie să prevadă proceduri de codare replicabile. De pildă, un cercetător vrea să determine cât de frecvent prezintă serialele de televiziune personajele vârstnice în termenii stereotipurilor negative. În acest scop, el dezvoltă o măsură a constructului „stereotipuri negative ale bătrânilor”. Conceptualizarea poate rezulta într-o listă a stereotipurilor sau în generalizări negative despre persoanele în vârstă (de pildă, senil, uituc, încet, impacientat, bolnav, surd, inactiv, conservator), care însă nu reflectă corect bătrânețea.

În practică, definirea variabilei poate fi separată în două părți: *conceptualizarea variabilei* și *specificarea categoriilor* ei. Cu riscul de a ne repeta, subliniem că definirea conceptuală a variabilei este vitală pentru procesul analizei; ea este o declarație prin care cercetătorul spune exact ce dorește să studieze. Conceptualizarea variabilelor înseamnă elaborarea constructelor legate de temele, obiectele sau evenimentele care variază și ne ajută să răspundem întrebărilor analizei.

„Specificarea categoriilor” permite distingerea unei teme, a unui obiect ori eveniment de altele prin punerea în fiecare a unui număr limitat de categorii sau valori. Formele comune de categorii sunt grupate și plasate pe o scală (nominală sau ordinală). *Ca să definim complet o variabilă în analiza de conținut, mai întâi trebuie să o conceptualizăm și apoi să*

specificăm categoriile (valorile) ei. În formularea lui T. Rotariu (1986), trebuie să fixăm o caracteristică, după care urmează operaţia de stabilire a categoriilor ei. Autorul precizează că „operaţia esenţială în realizarea unei analize de conţinut, de care depinde în cea mai mare măsură succesul cercetării, o constituie stabilirea categoriilor". Mai departe, el afirmă:

> Practic, lista categoriilor unei caracteristici este instrumentul tehnicii de faţă, şi faptul că unii autori îi ataşează aceeaşi importanţă ca şi chestionarului în anchetă este pe deplin justificat (p. 137).

Definiţia conceptuală a variabilei şi operaţionalizarea ei trebuie să se potrivească; această potrivire este ceea ce mulţi numesc *validitate internă*. *Măsurarea desemnează atribuirea de numere obiectelor sau evenimentelor, potrivit unor reguli. Operaţionalizarea este procesul dezvoltării măsurilor, construcţia tehnicilor concrete, reale de măsurare.* După cum am mai spus, în analiza de conţinut a textului operaţionalizarea înseamnă construcţia unui *sistem (unei scheme) de codare*, ce constă dintr-un set de concepte sau o *listă a codurilor* elaborate *inductiv* (emergente din text) şi *deductiv* (teorii sau alte cercetări).

Exemplificăm cu sistemul de codare construit pentru analiza de conţinut cu tema: „Sărăcie şi bogăţie". Cercetarea s-a concentrat pe reportajele şi ştirile publicate în patru cotidiene naţionale şi trei locale în perioada ianuarie-decembrie 2003. Monitorizarea a determinat selectarea ştirilor şi articolelor relevante din ziarele centrale publicate pe internet, precum şi din cele locale, după scanarea lor. În tabelul următor sunt înscrise temele şi subtemele emergente din esenţa generală a articolelor şi ştirilor identificate în ziare sau legate de teoriile ce abordează fenomenul sărăciei şi al bogăţiei.

Teme	Cod	Subteme	Cod
Sărăcie	(S)	Experienţa stării de sărăcie	(1)
		Stilul de viaţă al săracilor	(2)
		Dezaprobarea săracilor	(3)
		Şomaj	(4)
		Salariu mic	(5)
		Lipsa adăpostului	(6)
		Furt pentru a trăi	(7)
		Teme variate	(8)

Teme	Cod	Subteme	Cod
Bogăţie	(B)	Experienţa stării de bogăţie	(1)
		Stilul de viaţă al bogaţilor	(2)
		Dezaprobarea bogaţilor	(3)
		Cheltuieli extravagante	(4)
		Lăcomie	(5)
		Consecinţe ale îmbogăţirii bruşte	(6)
		Teme variate	(7)

Fiecare subtemă (variabilă) cuprinde un număr de categorii (cuvinte-cheie) produse de codarea textului sau a întrebărilor deschise din interviu, cărora li se atribuie numere pentru a construi scala de măsură a variabilei.

În general, nivelul de măsură potrivit pentru analiza de conţinut a textului este cel al scalei nominale şi al scalei ordinale. O *scală nominală* constă într-un set de categorii distincte una de alta. Atributele variabilei nominale nu au o ordine inerentă. De pildă, „genul" este o variabilă nominală prin faptul că fiind de genul masculin nu este nici mai bine, nici mai rău decât de a fi de genul feminin. Exemplul dat este un caz particular de variabilă categorială cu caracteristici dihotomice. Persoanele, lucrurile şi evenimentele caracterizate de o variabilă nominală nu sunt ordonate de această variabilă. Pentru a realiza analiza datelor, acordăm numere atributelor unei variabile nominale, dar trebuie să ne amintim că numerele sunt doar „etichete" şi nu trebuie interpretate ca şi cum ar conferi acestora o anumită ordine. De pildă, variabila „cheltuieli extravagante" ale bogaţilor poate cuprinde categorii ca: maşini de lux, locuinţe somptuoase, case de vacanţă, îmbrăcăminte de la casele de modă etc. Ele sunt plasate în clase distincte şi primesc numere ce permit apoi descrierea statistică corespunzătoare unei scale nominale.

O *scală ordinală* constă într-un set de categorii care sunt ordonate pe un continuum. De exemplu, observaţiile cu privire la atitudini sunt adesea aranjate în cinci categorii: dezacord total, dezacord parţial, indiferenţă (nici acord, nici dezacord), acord parţial, acord total. Evaluările unui program guvernamental făcute de către un lider politic pot fi caracterizate folosind aceste categorii. Deşi nivelul ordinal de măsurare dă naştere la o suită de atribute, nu s-au făcut presupuneri cu privire la distanţa dintre categorii. În acelaşi exemplu, nu considerăm că diferenţa dintre acordul total cu programul şi acordul parţial este aceeaşi ca dintre acordul parţial şi indiferenţă. În vederea realizării analizei datelor, se stabilesc numere

pentru fiecare categorie de atribute (de exemplu, dezacord total = -2, dezacord parţial = -1, indiferenţă = 0, acord parţial = +1, acord total = +2), dar numerele sunt înţelese ca indicatori ai ordinii în care sunt aranjate categoriile, iar distanţa dintre numere nu are importanţă. Orice alt mod de a atribui numere care păstrează ordinea categoriilor de atribute ar servi la fel de bine scopului în sine. Un alt exemplu se poate referi la atitudinea faţă de acelaşi program guvernamental, care este împărţită în categorii ca : antipatie ridicată, antipatie moderată, indiferenţă, simpatie moderată şi simpatie ridicată. Aceste categorii pot fi clasificate de sus spre bază ori de la bază în sus. În sfârşit, tema „dezaprobarea bogaţilor", variabilă ordinală în cercetarea despre sărăcie şi bogăţie, poate avea o scală cu trei sau cinci trepte.

Variabilele ordinale ne dau mai multe informaţii numerice despre date, deoarece putem indica faptul că un bit al datelor este mai sus sau mai jos decât altul în ordinea stabilită. Acest lucru oferă posibilitatea folosirii tuturor modurilor de prelucrare statistică pentru tipul de scală ordinală.

De regulă, variabilele ordinale au un mijloc natural ori un punct neutru. De aceea selectăm un număr impar de categorii care permite codorilor să determine locul de mijloc. De exemplu, pentru observaţii despre atitudine, cinci categorii : antipatie ridicată, antipatie moderată, indiferenţă, simpatie moderată şi simpatie ridicată sunt mai fireşti decât patru categorii : antipatie ridicată, antipatie moderată, simpatie moderată şi simpatie ridicată. Scala din urmă, în mod nerealist, pune toate atitudinile în categorii fie pozitive, fie negative.

Categoriile variabilei trebuie să fie mutual exclusive şi exhaustive. Dacă ele se suprapun, atunci informaţia derivată poate fi eronată. De asemenea, când categoriile nu acoperă toate clasele posibile ale informaţiei, variabilele pot fi clasificate incorect sau nu sunt înregistrate deloc. *Mutual exclusive* înseamnă că nici un bit al datelor nu se potriveşte în mai mult decât o categorie. Cerinţa categoriilor *exhaustive* este satisfăcută când în limbajul datelor sunt reprezentate, fără excepţie, toate unităţile de înregistrare. De pildă, subiectele articolelor din ziare pot fi o variabilă nominală care are, să zicem, cinci categorii, numai că a cincea este etichetată „altele". Orice articol poate fi etichetat conceptual în una din aceste categorii. A cincea categorie, „altele", asigură etichetarea oricărui articol nou. Să spunem că imaginea universităţii este o variabilă nominală cu patru categorii : negativă, neutră, pozitivă şi mixtă. Fiecare dintre articolele despre universitate poate fi plasat în una din aceste categorii. Dacă variabila ar fi avut trei

categorii : negativă, neutră şi pozitivă, ea nu putea fi nominală, ci ordinală. Categoria „mixtă" a fost inclusă deoarece fără ea unele articole nu puteau fi clasificate. A patra categorie ne ajută să asigurăm exclusivitatea şi exhaustivitatea mutuală a categoriilor.

Deoarece în procesul de codare orice categorie poate fi ataşată la mai multe unităţi de înregistrare, categoriile trebuie să fie *independente*, adică *atribuirea categoriei unei unităţi de înregistrare nu este afectată de atribuirea aceleiaşi categorii altei unităţi de acest fel.*

Determinarea numărului categoriilor

Ce dictează numărul categoriilor pentru o variabilă ? Unele variabile par să aibă un set intrinsec de categorii. De exemplu, o săptămână poate avea şapte categorii (şapte zile) sau două (zilele de lucru şi weekendul). Pentru un subiect nou, lista categoriilor posibile este virtual fără sfârşit, aşa încât analistul trebuie să-şi folosească judecata, fiind ghidat de întrebarea majoră a cercetării şi de setul de întrebări derivat din ea. De pildă, într-o cercetare a anunţurilor matrimoniale putem crea un set de variabile astfel : genul social, grupul de vârstă, statusul profesional, nivelul educaţiei, caracteristici de comunicare, aspect fizic, familie, bani, timp liber, sexualitate, sport, interes artistic etc. Variabilele sunt apoi definite în cartea codurilor. Fiecare dintre variabile are un număr de categorii. De pildă, categoriile variabilei „aparenţă fizică" pot fi : atletic, delicat, atractiv, arătos, proporţional, drăguţ, frumos.

Dacă folosim codarea pe computer, atunci variabilele şi categoriile lor sunt cuprinse în dicţionare ; dacă se folosesc codori umani, atunci ele se înscriu în formularul folosit pentru realizarea codării.

Limita practică pentru numărul categoriilor care pot fi mânuite este importantă. Atât procesul codării, cât şi instrumentele analitice disponibile pot sugera limita de sus. Şi, cu siguranţă, interpretarea rezultatelor poate deveni foarte complicată când categoriile sunt numeroase. Categoriile ataşate fiecărei variabile este bine să nu depăşească numărul de şapte în etapele finale ale analizei ; dar pot fi mai multe în procesul de codare, deoarece mai târziu, după ce rezultatele codării sunt cunoscute, cercetătorii pot combina unele dintre ele. Ei nu pot, oricum, să le mai extindă.

Definirea unităţilor de înregistrare, analiză şi context

Utilizarea tehnicii analizei de conţinut presupune stabilirea unităţilor de înregistrare (colectare), a unităţilor de analiză (numărare) şi a celor de context. Există puţine diferenţe între ele, şi de aceea sunt confundate cu uşurinţă – dar, oricum, fiecare are un rol distinct. În proiectele simple, toate trei sunt la fel.

Unitatea de înregistrare (colectare)

Elementul folosit pentru măsurarea variabilelor este unitatea de înregistrare a datelor. Aceasta este partea de comunicare ce urmează a fi codată (etichetată) şi folosită în una dintre formele de analiză. Unitatea de înregistrare variază în funcţie de obiectul cercetării, nivelul de profunzime al analizei, de tipul şi suportul material de care dispune cercetătorul.

Cuvânt

Când cuvintele sunt unităţi de înregistrare, cercetătorii categorizează fiecare cuvânt individual. Această unitate de înregistrare este bine definită, deoarece cunoaştem graniţele fizice ale cuvântului. Când toate cuvintele au fost plasate în categorii, analiza de conţinut se reduce pur şi simplu la numărarea cuvintelor, adică o tehnică ce vizează descrierea obiectivă, sistematică şi cantitativă a conţinutului manifest al comunicării. Această abordare a caracterizat perioada de început, când analiza de conţinut era considerată semantică[1] statistică sau o tehnică de factură cantitativă prin care se descrie „comportamentul simbolic[2]". Acest mod de realizare a analizei de conţinut a fost numită *analiză conceptuală* – care, aşa cum am mai spus, urmăreşte să stabilească prezenţa şi frecvenţa cuvintelor în text. Deşi numărarea cuvintelor are aplicabilitate limitată, cunoaşterea frecvenţei cuvintelor-cheie este folositoare. După cum observă H.P. Luhn,

1. *Semantică* – ramură a lingvisticii care se ocupă cu studierea sensurilor cuvintelor şi a evoluţiei acestor sensuri.
2. Simbolic, folosit ca simbol; exprimat printr-un simbol. *Simbol* – semn care reprezintă în mod convenţional sau prin analogie un obiect, o noţiune, o idee etc.

> Justificarea măsurării cuvântului prin folosirea frecvenţei se bazează pe faptul că un scriitor repetă anumite cuvinte deoarece el avansează ori variază argumentele, elaborând astfel un aspect al subiectului. Mai mult, adesea cuvintele se găsesc în compania altor cuvinte în propoziţii şi fraze, oferind mai multă semnificaţie fiecărui cuvânt (1958/1968).

Faptul că, prin calculul frecvenţei producerii anumitor cuvinte, analiza de conţinut cantitativă „elaborează un aspect al subiectului", adică poate identifica o temă, întemeiază folosirea ei în cercetarea calitativă.

Multe software specializate pot număra cuvintele automat, adică cercetătorii nu trebuie să codeze unităţile de înregistrare înainte de codare. Programele pur şi simplu parcurg documentul, reţinând numărul, frecvenţa şi procentajul prezenţei cuvintelor individuale întâlnite.

Sensul cuvântului este o variaţie a cuvintelor ca unităţi de înregistrare. În vreme ce cuvintele cu sens explicit pot fi identificate cu uşurinţă, selectarea cuvintelor cu sens implicit, cu conţinut latent este uneori complicată din cauza cerinţelor raţionamentelor despre un sistem subiectiv. Pentru a încerca limitarea subiectivităţii, dar şi pentru a limita problemele ce ţin de nivelul de încredere, codarea sensului implicit al cuvântului presupune de obicei şi utilizarea unor *dicţionare* (generale, de specialitate). Identificarea mesajului latent a deschis orizonturi noi analizei de conţinut, ceea ce l-a făcut pe Ole Holsti (1969, p. 14) să o considere o „tehnică de a face inferenţe". În acest fel a apărut *analiza relaţională*, care se bazează pe analiza conceptuală, dar o depăşeşte prin examinarea relaţiilor dintre concepte. Probabil că cea mai puternică pretenţie a analizei relaţionale este aceea că menţine un înalt grad de rigoare statistică, fără a pierde din bogăţia detaliilor, uşor de remarcat când se folosesc metode cantitative.

Un lucru care trebuie avut în vedere este utilizarea, din raţiuni stilistice, a sinonimelor într-un document, ceea ce îi poate face pe cercetători să subestimeze importanţa unui concept (Weber, 1990). Un alt aspect în legătură cu care trebuie sa fim atenţi este faptul că unele cuvinte pot avea înţelesuri multiple, iar un tabel de frecvenţă nu indică despre care dintre sensuri este vorba.

O regulă ce trebuie urmată în analiză este utilizarea numărării frecvenţei cuvintelor pentru a identifica termeni care prezintă un potenţial interes, şi apoi folosirea căutării de tip *cuvânt-cheie-în-context* – în engleză, *Key Word In Context* (KWIC) – pentru a observa consistenţa folosirii cuvintelor. Se recomandă să se analizeze întreaga propoziţie în care se găseşte cuvântul

şi, în plus, propoziţia dinainte şi cea de după. Cele mai multe programe de analiză calitativă (de exemplu, ATLAS.ti şi HyperREASEARCH, la care se adaugă programe special destinate acestei operaţiuni, pe care le-am menţionat mai înainte) îi permit cercetătorului să identifice contextul în care apare cuvântul-cheie. O căutare de acest tip va releva toate instanţele în care apare un cuvânt – propoziţia/fraza, linia de text sau paragraful în care a fost utilizat cuvântul respectiv, dar şi înţelesul acestuia într-un context mai larg. Această procedură va întări validitatea inferenţelor care se fac plecând de la date.

Menţionăm că unele software, cum este General Inquirer sau Diction 5.0, pot distinge automat între înţelesurile multiple ale cuvântului şi pot identifica expresii care formează unităţi semantice de cuvinte-cheie ce constituie unităţi de înregistrare. Evident că acest lucru este valabil numai pentru limba engleză – pentru alte limbi trebuie construite dicţionare corespunzătoare, ceea ce nu constituie o întreprindere prea uşoară.

Propoziţie/frază

Ocazional, pot fi folosite propoziţii/fraze ca unităţi de înregistrare, în special în unele materiale cum sunt răspunsurile la întrebările deschise şi analiza unor texte comparate. De exemplu, cuvântările liderilor politici în perioade de timp diferite, a căror analiză urmăreşte să surprindă modificările tematice din discursul acestora. Deşi graniţele propoziţiilor sunt bine definite, folosirea lor ca unităţi de înregistrare implică codarea manuală a acestora, deoarece programele de computer nu pot clasifica automat propoziţiile/frazele aşa cum fac pentru cuvinte şi sensurile lor. O asemenea codare oferă întotdeauna oportunitatea înţelegerii cuvântului în context.

Paragraf

Un paragraf este o unitate structurată deasupra propoziţiei/frazei, aşa încât poate fi o unitate de înregistrare. Oricum, uneori, un paragraf cuprinde prea multe idei pentru atribuirea consistentă a segmentului de text la o categorie singulară. Aceasta conduce la imposibilitatea replicării codării. Totuşi, paragraful poate fi o alegere potrivită în cazul analizei unor texte de felul discursurilor politice.

Temă

Probabil mai potrivit decât propoziţiile/frazele este să codăm teme. După T. Rotariu (1986, p. 139), tema este unitatea de înregistrare cel mai des folosită, fiind vorba despre „acel fragment de text care, prin ideile conţinute, corespunde semnificaţiei uneia sau alteia dintre categoriile stabilite". De pildă, când materialul textual îl reprezintă întrebările cu răspuns deschis din ghidul de interviu sau din chestionar, o temă poate include câteva propoziţii/fraze care sunt comune mai multor răspunsuri la astfel de întrebări. Acelaşi autor subliniază însă că

> depistarea ideilor, ca unităţi de înregistrare, nu este un lucru chiar atât de simplu, ba uneori se dovedeşte mai dificilă decât în cazul cuvintelor sau noţiunilor (1986, p. 140).

El atrage atenţia că reperarea unei teme într-un text este un act puternic influenţat de trăsăturile celui care îl realizează şi, pentru asta, este nevoie de experienţă şi simţ analitic dezvoltat.

Tema este o unitate de înregistrare utilă dacă ceva este ambiguu. Ole Holsti descrie tema ca fiind „o singură aserţiune despre unele subiecte" (1969, p. 116). Graniţa temei trasează o singură idee ; noi nu suntem restricţionaţi de graniţele semantice individuale ale propoziţiilor/frazelor şi paragrafelor. Cercetătorul care defineşte tema ca unitate de înregistrare trebuie să includă un ghid de înregistrare, după cum urmează : la o extremă, fragmente de propoziţii/fraze ce pot fi codate, iar la cealaltă extremă, paragrafe ori paragrafe multiple ce pot fi codate. Oricum, chiar cu un astfel de ghid, codorii, în mod necesar, folosesc judecata pentru a determina graniţele particulare ale temelor ca unităţi de înregistrare şi, prin urmare, codarea lor poate fi nereplicabilă.

Textul întreg

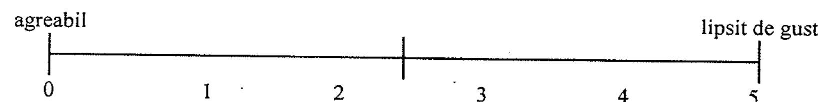
O unitate de înregistrare mai largă decât un paragraf este textul întreg şi are, ca şi paragraful, graniţe fizice clar definite. La extrem, un document întreg poate fi o unitate de înregistrare. Codarea textului întreg este aproape totdeauna nereplicabilă când se codează manual.

Unitatea de analiză (numărare)

Are funcţia de cuantificare şi reprezintă elementul după care datele sunt analizate şi rezultatele sunt prezentate. Unitatea de analiză poate varia în analiza de conţinut – prin urmare, *sistemul de codare* cu care operaţionalizăm constructele depinde nu numai de tipul de text sau mediul de comunicare ce urmează a fi studiat, ci şi de *unitatea de analiză* pe care cercetătorul o stabileşte. Cercetătorul stabileşte unităţile de analiză, adică decide cantitatea de text care se atribuie unui cod.

După cum am mai spus, în cele mai multe investigaţii sociale persoana individuală este atât unitatea de colectare a datelor, cât şi unitate de analiză. În analiza de conţinut, în general, unitatea de colectare a datelor ori unitatea de analiză (numărare) – sau ambele – constituie o *unitate de mesaj* sau *text* (cuvânt, sens al cuvântului, propoziţie/frază, paragraf, temă, text întreg), adică porţiunea de text la care cercetătorii aplică eticheta categoriei.

Numărarea arată cuvintele în text, iar ratingul le arată în propoziţii, paragrafe etc. De exemplu, am numărat într-un text următoarele cuvinte: *iritat* (3), *sătul de* (7), *dezgustat* (8). Toate aceste cuvinte le putem eticheta cu *mânios*, care are astfel 18 prezenţe în text. Putem face estimarea (ratingul) unităţilor mai mari de cuvânt. De pildă, propoziţia „Am găsit ideea dezgustătoare" poate fi estimată astfel:



S. Chelcea (2001, p. 526) arată că se mai utilizează ca unităţi de numărare: unităţi tipografice şi centimetrul (pentru stabilirea lungimii rândurilor); cm^2 şi coloana (pentru analiza presei scrise); rândul în pagină (pentru alte publicaţii); minutul şi ora (pentru analiza conţinutului emisiunilor radio şi tv, a filmelor sau discursurilor politice).

De cele mai multe ori, conceptele implică cuvinte grupate (*cluster*, în engleză). De pildă, un cluster conceptual se poate forma în jurul ideii de devianţă. Cuvinte precum *crimă*, *delincvenţă*, *bani*, *evaziune fiscală* şi *fraudă* pot forma un cluster în jurul ideii de *devianţă*. Evident, conceptele duc mai mult la conţinutul latent decât la cel manifest; iar mai mult rating

presupune mai multă judecată, deşi cuvintele ce formează clustere pot fi pur şi simplu numărate.

La rândul ei, o temă este mai extinsă decât un concept (aproape ca o caracteristică). Ea poate fi alcătuită din multe concepte şi de aceea trebuie să specificăm unitatea, adică tema fiecărei propoziţii, a fiecărui paragraf, a textului (carte, articol, interviu) în întregime.

Unitatea de context

O unitate de context desemnează acel segment al comunicării care ne permite să vedem dacă unitatea de înregistrare are o orientare pozitivă, negativă sau neutră. Mărimea ei este determinată de mărimea unităţii de înregistrare, putând fi mai mare sau cel puţin egală cu ea. De pildă, dacă cuvântul reprezintă unitatea de înregistrare, atunci propoziţia, fraza sau paragraful pot fi unităţi de context. Deşi unităţile de context se cuantifică cu greutate, trebuie totdeauna precizat contextul pentru a putea evalua corect orientarea unităţii de înregistrare.

Codarea

Codarea este un aspect important al măsurării. Categoriile care rezultă în urma operaţiunii de codare asigură structura pentru gruparea unităţilor de înregistrare. După cum am mai spus, formularea categoriilor este inima analizei de conţinut. B. Berelson subliniază importanţa acestei etape când atenţionează că

> Analiza de conţinut se bizuie sau eşuează prin categoriile ei. Studiile sunt productive în măsura în care categoriile au fost clar formulate şi bine adaptate la problemă şi la conţinut (1952, p. 147).

În *Dicţionarul de sociologie Oxford*, codarea este definită astfel:

> Transformarea observaţiilor în categorii şi clasificări, atribuind un număr sau un simbol fiecărui item de informaţie sau părţi de propoziţie, în vederea unei analize cantitative ulterioare (Marshall, 2003, p. 103).

Conform definiţiei, codarea presupune marcarea unităţilor textuale cu scurte coduri alfanumerice care, uneori, abreviază categoriile variabilelor şi care, de asemenea, aduc diverse alte informaţii. Odată documentul marcat, cercetătorul poate să îl analizeze. Ca să codeze un document, analiştii trebuie să creeze un cod pentru fiecare din categoriile variabilelor stabilite. Pentru ca să micşoreze erorile, un cod poate fi o versiune abreviată a categoriei. De exemplu, constructul „Atitudinea faţă de hotărârile şi deciziile referitoare la universităţile particulare", devenit variabilă, are trei categorii : negativă, neutră şi pozitivă, etichetate *n*, *0* şi *p*. Când codorii identifică o afirmaţie textuală cu privire la această atitudine, ei marchează cu uşurinţă codul corect, deoarece au stabilit că „univprn", „univpr0" şi „univprp" reprezintă atitudinile negativă, neutră şi pozitivă ale enunţiatorului (autorul articolului) faţă de o decizie sau hotărâre a MEC referitoare la aceste universităţi.

Sunt posibile multe scheme de codare, în funcţie de constrângerile software-lui folosit. Exemplul de mai înainte este funcţional pentru programul CDC EZ-Text sau SPSS. Aceleaşi coduri, în ATLAS.ti, conform cerinţelor specifice de lucru pentru o variabilă ordinală, arată astfel : „atitudine negativă %1", „atitudine neutră %2" şi „atitudine pozitivă %3". În toate cazurile, de obicei, limita este determinată de tipul de caractere ce poate fi folosit, numărul total al caracterelor codului şi litere mari *versus* litere mici ale caracterelor alfabetului.

După cum am mai spus, analiştii elaborează un cadru sau sistem de codare şi definesc codurile într-o carte (listă) a codurilor ce oferă o îndrumare generală a operaţiunii de codare (Milles şi Huberman, 1994). De pildă, în interviurile semistructurate sunt unele întrebări deschise care nu au spectrul răspunsurilor predefinite, cum se întâmplă cu întrebările închise de felul : „Dacă mâine ar fi alegeri, cu ce partid politic aţi vota ? ". Dar după o asemenea întrebare, în mod firesc, ar trebui să urmeze întrebarea deschisă : „De ce votaţi cu partidul X ? ". Sub întrebare este lăsat un spaţiu, pentru ca intervievatorul să scrie cât mai exact posibil răspunsul subiectului. Cercetătorul trebuie să analizeze răspunsurile date sau un eşantion din ele pentru a stabili un cadru de codare pentru întrebarea respectivă, ce va servi ca instrument de lucru pentru distingerea tipurilor de răspuns. Un exemplu de cadru de codare este următorul :

Categorie	**Cod**
Îi plac liderii partidului	1
Doreşte aplicarea anumitor politici ale partidului	2
Îi plac anumite idealuri ale partidului	3
Votează întotdeauna pentru partid	4
Vrea schimbarea puterii actuale	5
Respinge politicile altor partide	6
Alte motive	7

Cadrul este construit pentru fiecare întrebare şi, în final, se elaborează cartea codurilor ce ghidează activitatea codorilor. Ei citesc cu atenţie răspunsurile fiecărui subiect la întrebările deschise, textul ce trebuie analizat sau răspunsurile la interviurile în profunzime, pentru a decide care dintre categoriile cadrului (sistemului) de codare aproximează mai bine un răspuns sau un segment de text. De pildă, dacă un respondent a spus : „Cred că reducerea impozitelor este o măsură necesară pentru ridicarea standardului de viaţă", codorul va încercui 2, pentru că subiectul se referă la una din prevederile programului de guvernare al partidului X.

Definiţiile categoriilor, selectarea pasajelor tipice de text şi regulile pentru distingerea diferitelor categorii formulate în raport cu teoria şi materialul analizat sunt completate pas cu pas şi revizuite în procesul analizei. Există două moduri de codare a datelor care operează cu reguli uşor diferite : *codare emergentă* şi *codare apriorică*. Se recomandă ca operaţiunea să fie făcută de doi cercetători, dar ea poate fi realizată şi de unul singur sau, după caz, de o echipă de codori.

Vorbim de *codare emergentă* când categoriile sunt stabilite prin examinarea datelor în şase etape.

1. Doi cercetători citesc materialul independent unul de celălalt, identifică codurile şi le înscriu într-o carte (listă) a codurilor.
2. Cercetătorii compară notiţele şi reconciliază diferenţele apărute faţă de listele iniţiale de coduri, producând astfel o carte rafinată a codurilor.
3. Cercetătorii se întorc la materialul studiat şi folosesc independent cartea codurilor corectată, pentru îmbunătăţirea codării.
4. Se verifică fidelitatea pentru a stabili acordul intercodor (intracodor, dacă lucrează un singur cercetător ce realizează operaţiunea la o

diferenţă de câteva zile). Dacă nivelul de fidelitate nu este acceptabil, se repetă etapele anterioare.

5. Odată stabilită fidelitatea, cartea codurilor este aplicată la întregul text.
6. Se face o verificare periodică a calităţii procesului de codare.

Codarea apriorică se face în cinci paşi:

1. Categoriile sunt stabilite înainte, dar şi în timpul analizei pe baza unor teorii.
2. În cadrul echipei de cercetare trebuie să se cadă de acord asupra acestor categorii.
3. Se aplică codurile la date. De pildă, fiecare propoziţie sau paragraf se codează cu unul sau mai multe coduri din cartea codurilor.
4. Se face revizuirea codării, dacă este necesar.
5. Se restrâng categoriile până la punctul când se maximizează exclusivitatea şi exhaustivitatea reciprocă a acestora (Weber, 1990).

Există foarte multe tipuri de categorii pe care le putem stabili aprioric, pe baza teoriilor sociologice şi/sau a cercetărilor anterioare. De pildă, însuşirile actorilor sociali – vârsta, sexul, statutul social, trăsăturile fizice sau de caracter; valorile promovate; subiectele tratate sau genurile de rubrici din presa scrisă sau media tv şi audio; categoriile de apreciere corespunzătoare variabilelor sub formă de scală ordinală, cele mai frecvente fiind trihotomia favorabil, neutru (indecis), nefavorabil. Menţionăm însă că nu există reţete valabile de stabilire a categoriilor pentru orice cercetare.

În mod tradiţional, cel mai adesea, analiza de conţinut a fost concepută în termenii analizei conceptuale. Se alege un concept pentru a fi examinat, iar analiza presupune cuantificarea şi înregistrarea apariţiei sale. Accentul cade pe urmărirea apariţiei termenilor într-un text, deşi termenii pot fi atât impliciţi, cât şi expliciţi. În vreme ce *termenii expliciţi* pot fi identificaţi cu uşurinţă, codarea *termenilor impliciţi* şi stabilirea nivelului lor de implicare este mai complicată. Pentru a încerca limitarea subiectivităţii, dar şi pentru a limita problemele ce ţin de nivelul de încredere, codarea termenilor impliciţi presupune utilizarea unor *dicţionare* (generale, de specialitate) sau a unor *reguli de traducere contextuală*. Uneori sunt utilizate ambele mijloace. De exemplu, pentru o cercetare cu tema „Mediul înconjurător şi programele partidelor politice", mai întâi se realizează pe computer o listă (cartea codurilor) cu conceptele esenţiale din lucrări şi dicţionare de

specialitate care se referă la probleme de conservare a mediului şi la probleme ecologice. Termenii sunt aleşi datorită nivelului lor ridicat de validitate pentru contextul temei cercetate. Alţi termeni pot reieşi din programele partidelor politice în urma examinării cuvintelor- şi expresiilor--cheie în contextul abordării problemelor de mediu folosind procedura cuvânt-cheie-în-context.

Codarea vizibilă, structura de suprafaţă a textului, este numită *codare manifestă*. Sistemul de codare listează termenii textului (de exemplu, roşu) sau acţiunile filmului (de exemplu, un sărut) şi apoi le localizează în text, respectiv le înscrie în formularul de codare numărul de apariţii într-o perioadă de tip specifică. Pentru text, cercetătorul poate utiliza un software adecvat ce foloseşte o listă comprehensivă a cuvintelor sau expresiilor relevante puse într-o formă pe care computerele le pot citi.

Codarea manifestă are un grad ridicat de fidelitate, deoarece cuvântul sau expresia fie există, fie nu. Dar, aşa cum am argumentat, codarea manifestă nu ia în calcul conotaţiile cuvintelor sau expresiilor. Acelaşi cuvânt poate avea înţelesuri diferite, în funcţie de context. Posibilitatea unor înţelesuri multiple ale cuvintelor limitează măsurarea validităţii codării manifeste.

Conţinutul latent al textului reprezintă structura de profunzime a lui. Cercetătorul care foloseşte *codarea latentă* caută să afle înţelesul implicit în contextul textului. De pildă, un cercetător citeşte un paragraf întreg şi decide dacă acesta conţine teme erotice ori un sentiment romantic. Sistemul de codare trebuie să aibă reguli atât pentru ghidarea interpretării textului, cât şi pentru a determina dacă temele particulare exemplificate sunt prezente sau nu.

Codarea latentă tinde să fie mai puţin fidelă decât codarea manifestă. Ea depinde de cunoştinţele, limbajul şi înţelesurile sociale. Instruirea, practica şi regulile scrise îmbunătăţesc fidelitatea, dar rămâne încă dificilă identificarea consistentă a temelor. Validitatea codării latente poate excede validitatea codării manifeste, deoarece oamenii comunică înţelesuri în multe feluri implicite care depind de context, nu numai în cuvinte specifice.

Încercând să rezolve dilema codare manifestă *versus* codare latentă, Ole Holsti (1969) spune:

> Este adevărat că numai atributele manifeste ale textului pot fi codate, dar această limitare este deja implicată de cerinţa obiectivităţii. Inferenţele despre înţelesurile latente ale mesajelor sunt prin urmare permise, dar... ele reclamă coroborare cu evidenţa... de asemenea, trebuie să ofere extrase

detaliate din afirmaţiile relevante care servesc să justifice interpretările cercetătorului.

Indiferent de tipul analizei, procesul codării este în mod fundamental unul de reducţie selectivă. Prin reducerea textului la categorii constând dintr-un cuvânt, sintagmă, propoziţii, cercetătorul se poate concentra asupra cuvintelor specifice sau patternurilor relevante şi le poate coda cu acurateţe.

Un exemplu de analiză conceptuală îl reprezintă examinarea discursurilor unui candidat la preşedinţie pe tema asistenţei medicale a populaţiei. Codarea acestora urmăreşte prezenţa anumitor cuvinte. Problematica studiului poate implica examinarea numărului de cuvinte (expresii) pozitive utilizate pentru a descrie planul propus de candidat, precum şi examinarea numărului de cuvinte (expresii) negative folosite pentru a descrie starea curentă a asistenţei medicale din România. Cercetătorul ar putea fi interesat nu numai de cuantificarea acestor cuvinte, ci şi de modul în care sunt relaţionate. În analiza conceptuală, cercetătorul urmăreşte doar să evidenţieze prezenţa cuvintelor din punctul de vedere al problematicii cercetării – adică, în exemplul dat, să evidenţieze prezenţa cuvintelor pozitive şi negative folosite de candidatul la cea mai înaltă funcţie în stat, în raport cu planurile propuse de el şi cele curente de asistenţă medicală a cetăţenilor. Este vorba de observarea direcţiei mesajelor în conţinutul textelor de-a lungul unui continuum. Cercetătorul împarte o listă a cuvintelor ce caracterizează cele două planuri ale asistenţei medicale prezentate în cuvântările candidatului, în care unele sunt pozitive (*eficient*, *ieftin*, *cuprinzător*), iar altele negative (*ineficient*, *scump*, *selectiv*).

Pentru început, cercetătorul trebuie să decidă nivelul de analiză. El hotărăşte dacă va coda un cuvânt izolat, cum ar fi „ieftin", sau seturi de cuvinte ori expresii (sintagme), precum „disponibil pentru toată lumea". După ce identifică conceptele din text, cercetătorul dezvoltă şi un set de categorii predefinite. Apoi trebuie să decidă dacă va coda sau nu fiecare cuvânt pozitiv sau negativ care apare sau dacă va coda doar anumite cuvinte pe care le consideră mai relevante pentru problematica asistenţei medicale. Astfel, cercetătorul trebuie să stabilească cât de flexibil să fie în codare. El trebuie să soluţioneze dilema dacă să codeze numai pe baza setului de categorii definite sau dacă să-şi îngăduie să adauge categorii relevante care nu au fost incluse în acel set pe măsură ce le găseşte în text, lucru ce permite încorporarea de material nou, important pentru procesul

codării, cu consecinţe semnificative asupra rezultatelor. De pildă, costul asistenţei medicale a fost codat cu „ieftin", care a apărut în text de cincizeci de ori, dar a descoperit şi cincisprezece apariţii ale sintagmei „disponibil pentru toată lumea", care are legătură cu cuvântul „ieftin" ce codează costul asistenţei medicale. Această legătură îl poate conduce pe cercetător la interpretarea (inferenţa) potrivit căreia candidatul încearcă să prezinte planul său privind asistenţa medicală mai mult pe baza avantajelor materiale şi nu urmăreşte să beneficieze de ea toţi cetăţenii.

Cercetătorul mai trebuie să decidă asupra *nivelului de generalizare*, adică dacă vor fi codate conceptele exact aşa cum apar în text sau dacă ele pot fi înregistrate chiar şi atunci când apar în forme diferite. De exemplu, „scump" poate să apară şi în forma „scumpete". Cercetătorul trebuie să stabilească dacă cele două cuvinte semnifică lucruri total diferite sau dacă sunt suficient de asemănătoare încât să poată fi codate ca având acelaşi înţeles. În conformitate cu aceasta, apare nevoia de a determina *gradul de implicare*. Acest lucru presupune mai mult decât realizarea unor diferenţe subtile în ceea ce priveşte timpul verbelor sau înţelesul, ca în cazul termenilor „scump" şi „scumpete". Determinarea gradului de implicare îi permite cercetătorului să codeze nu numai cuvântul „scump", ci şi cuvinte care implică înţelesul de „scump". Ele pot include : cuvinte tehnice, jargon, eufemisme politice, cum ar fi expresia „cerinţa de a economisi", despre care cercetătorul consideră că nu merită o categorie separată, ci că ar fi mai bine reprezentată sub categoria „scump", datorită semnificaţiei sale implicite de „scump".

După ce a luat în considerare generalizarea conceptelor, analistul trebuie să creeze reguli de aplicare a codurilor care îi vor permite să facă mai eficient şi mai organizat procesul de codare – astfel spus, să se poată coda corect. Dezvoltarea unui set de reguli asigură o codare consecventă, adică în acelaşi fel. Dacă, într-un paragraf, cercetătorul a codat costul asistenţei medicale ca o „provocare economică", iar când acelaşi lucru s-a produs în următorul paragraf el o codează sub categoria „scump", atunci datele pot fi invalidate – la fel şi interpretarea derivată din date. Regulile de codare protejează împotriva acestui lucru şi dă procesului codării un nivel ridicat de consecvenţă şi coerenţă.

În afara regulilor scrise pentru deciziile codării, cercetătorul creează un *formular de codare* pe care se înregistrează informaţia. Fiecare unitate trebuie să aibă o înregistrare separată pe formular. În caseta 3.1 ilustrăm un exemplu de formular de codare folosit în analiza de conţinut cu următoarea

întrebare generală a cercetării: Cum sunt reprezentate femeile în cotidienele centrale în rol de lider important? Formularul a fost conceput să răspundă setului de întrebări ale cercetării, care au cerut atât codare manifestă, cât şi codare latentă.

Întrebările care au ghidat codarea au fost următoarele:

1. *Caracteristicile articolelor*: Care este cotidianul? Care este data articolului? Cât de mare este articolul? Ce domeniu abordează subiectul? Unde a apărut în ziar? Au fost folosite fotografii?
2. *Oamenii din articol*: Câţi oameni sunt numiţi în articol? Dintre aceştia, cât de mulţi sunt importanţi? Ce sex are fiecare persoană numită?
3. *Roluri de lider*: Dintre persoanele importante din articol, care au roluri de lider? Care este domeniul profesional sau de conducere al persoanei?
4. *Roluri pozitive sau negative*: Pentru fiecare lider sau rol profesional, stabilim ratingul cât este de pozitiv sau negativ. De exemplu: 5 = pozitiv ridicat, 4 = pozitiv, 3 = neutru, 2 = negativ, 1 = negativ ridicat, 0 = ambiguu.

Caseta 3.1

Profesor Mircea Agabrian, Centrul de Cercetări Sociologice

Exemplu de formular de codare

Articol ________ Ziarul________ Data_________ Dimensiunea _________

Total număr oameni numiţi ____________ Nr. fotografii _____________
Nr. oamenilor cu roluri semnificative _________ Subiect articol _________

Persoana____ Gen social____ Lider?____ Domeniul________ Ratingul ____
Persoana____ Gen social____ Lider?____ Domeniul________ Ratingul ____
Persoana____ Gen social____ Lider?____ Domeniul________ Ratingul ____
Persoana____ Gen social____ Lider?____ Domeniul________ Ratingul ____
Persoana____ Gen social____ Lider?____ Domeniul________ Ratingul ____
Persoana____ Gen social____ Lider?____ Domeniul________ Ratingul ____
...

Exemplu de înregistrare a formularului pentru un articol

Articol 4237 Ziarul *Adevărul* Data 11 august 2004 Mărimea Coloană 24 cm

Total număr oameni numiţi 5 Nr. fotografii 0
Nr. oamenilor cu roluri semnificative 4 Subiect articol Politică externă

Persoana 1 Gen social M Lider? DA Domeniul Bancar Ratingul 5
Persoana 2 Gen social M Lider? NU Domeniul Guvern Ratingul 3
Persoana 3 Gen social F Lider? DA Domeniul Societatea civilă Ratingul 2
Persoana 4 Gen social F Lider? DA Domeniul Guvern Ratingul 1
Persoana _ Gen social _ Lider? ___ Domeniul ______ Ratingul _
...

Următoarea decizie pe care trebuie să o ia cercetătorul priveşte informaţia lipsită de relevanţă. El trebuie să stabilească dacă informaţia irelevantă trebuie neglijată (ignorată) (după cum sugerează Weber, 1990) sau utilizată pentru a reexamina şi/sau modifica schema categoriilor. În cazul exemplului despre analiza cuvântărilor unui candidat la preşedinţie, conjuncţiile „şi", „ori", „sau" etc. pot fi ignorate. Ele nu adaugă nimic la cuantificarea cuvintelor „ieftin" şi „scump", putând fi omise fără nici o consecinţă asupra codării.

Fiecare limbă are un set al frecvenţei cuvintelor bine stabilit. De pildă, în multe documente de limbă engleză, cel mai comun cuvânt este „the", de obicei „of" este al doilea, şi aşa mai departe[1]. Aceste cuvinte comune pe care le găsim în orice limbă nu ne spun nimic despre conţinutul documentelor, nefăcând altceva decât să îngreuneze analiza. Prin urmare, multe software de analiză a frecvenţei cuvintelor ignoră aceste cuvinte comune cu ajutorul facilităţii *stoplist*.

Pentru nevoile analizei, putem stabili dinainte două liste de cuvinte cu cea mai mare frecvenţă, pe care să le folosim în proiecte diferite. De obicei, în toate proiectele se ignoră cel puţin primele 20 de cuvinte cu frecvenţa cea mai ridicată, dar uneori se recomandă folosirea unei liste de circa 180 de cuvinte. Acest al doilea caz este util când se analizează

1. Pe Internet se găsesc mai multe variante ale setului de cuvinte comune din limba engleză cu cea mai ridicată frecvenţă.

răspunsurile la întrebările deschise unde conţinutul este mai important decât maniera de exprimare.

După ce s-a luat decizia în legătură cu tratamentul aplicat informaţiei lipsite de relevanţă, urmează etapa codării textului. Ea se poate realiza atât manual, citind textul şi notând apariţia conceptelor în formularul codării, cât şi cu ajutorul diferitelor programe pentru computer. Codarea cu ajutorul computerului reprezintă una dintre cele mai mari realizări ale analizei conceptuale din perioada contemporană. Prin introducerea în computer a categoriilor, programele pentru analiza de conţinut pot realiza cu multă uşurinţă, în mod automat, procesul de codare şi pot examina un volum imens de date, o gamă largă de texte, rapid şi eficient. Dar automatizarea procesului de codare şi reuşita sa depind foarte mult de experienţa cercetătorului şi de construcţia schemei de categorii. Când codarea se realizează manual, cercetătorul îşi poate da seama cu mai multă uşurinţă de posibilele erori. Computerul este doar un instrument şi poate realiza codarea numai pe baza informaţiilor introduse.

Codarea documentelor cu ajutorul computerului se realizează în şapte etape :

1. Editarea documentelor cu un procesor de text.
2. Crearea unei document ASCII sau rtf, în funcţie de programul utilizat.
3. Importul documentului într-un software dedicat şi urmarea procedurilor standard.
4. Ataşarea codurilor la segmentele de text, adică marcarea graniţelor fiecărui segment de text şi inserţia unui cod din cartea codurilor sau din dicţionarul redactat de cercetător – sau dicţionarul predefinit, în unele programe de calculator.
5. Analiza datelor : efectul codării creează o bază de date a variabilelor categoriale. Toate programele de analiză de conţinut au unele posibilităţi de manipulare şi afişare a lor. De obicei, baza de date poate fi exportată mai departe pentru realizarea analizei cu programe statistice, de exemplu, pentru calcularea frecvenţelor.

6.-7. Editarea rezultatelor şi, când este cazul, exportul rezultatelor. Unele programe pot exporta fişiere speciale pentru pachete statistice, cum sunt SPSS sau SAS.

Indiferent de procedura de codare, există trei abordări majore ale categorizării într-un sistem de codare : (1) clase comune ; (2) clase speciale ; şi (3) clase teoretice.

Clasele comune sunt folosite virtual de către oricine în societate. De exemplu, vârstă, sex, mamă, tată, profesor, şef, iubit/iubită etc. Esenţială este aprecierea dacă o anumită caracteristică demografică se relaţionează cu patternurile provenind din altă clasă de codare.

Clasele speciale sunt categoriile colocviale şi limbajul conceptual al diverselor profesiuni. *Clasele teoretice* sunt cele care emerg în cursul analizei datelor, categorii împrumutate din clasele speciale (de pildă, din limbajul sociologic), aşadar categorii a căror substanţă este fundamentată în date. Nu este posibil ca ele să fie cunoscute imediat, ci numai după ce observatorii petrec un timp considerabil cu studiul conţinutului textului. Oricum, dacă dezvoltăm coduri proprii, trebuie să lăsăm datele să vorbească de la sine. Constructele sociologice sunt formulate de analist. De pildă, „atitudine profesională", „înclinaţie educaţională", „motivaţia muncii" etc. sunt exemple de constructe sociologice care adaugă comprehensivitate şi profunzime analizei de conţinut.

Selectarea codorilor şi instruirea acestora

Codarea este în general mai rapidă şi se face cu mai multă acurateţe şi credibilitate cu cât codorii au mai multe cunoştinţe în domeniul analizat. Pentru analiza unui text politic ce abordează o problemă socială, cunoştinţele sociologice şi politice ale codorilor sunt utile. Codorii sunt antrenaţi să aplice codurile cu acurateţe în sesiuni de instruire, în care sunt informaţi despre scopul analizei de conţinut, natura materialului textual şi schema de codare. Această informare explicativă este urmată de practica reală sau simulată pe text. Codarea cu acurateţe poate necesita, pentru codori, câteva şedinţe de instruire şi feedback.

După K. Krippendorff (1980, p. 174), cerinţele minime pentru instruirea codorilor sunt :

1. definiţia unităţilor de înregistrare, inclusiv procedurile pentru identificarea lor ;
2. descrierea variabilelor şi categoriilor ;

3. prezentarea procedurilor cognitive folosite în plasarea datelor în categorii ;
4. instrucţiuni pentru folosirea şi administrarea cărţii codurilor şi formularului codării.

Există patru surse potenţial interrelaţionate de deficienţe ale codării care pot fi întâlnite în multe aplicaţii ale analizei de conţinut : deficienţe în documente, ambiguitate în procesul evaluării, codare influenţată şi codare greşită. În continuare, câteva explicaţii succinte despre fiecare.

Deficienţe în documente

De obicei, deficienţele din documentele originale nu pot fi remediate, dar convenţiile codării pot ajuta oarecum la realizarea codării consecvente. De exemplu, ambiguitatea în redactarea articolelor despre învăţământul superior românesc poate genera îndoială codorului care va medita dacă să codeze o anumită hotărâre luată de MEC ca „decizie strategică" ori să nu o codeze, deoarece, în realitate, este vorba de o decizie tactică ce vizează o situaţie-limită. În acest caz, cercetătorii trebuie să stabilească mai bine convenţiile codării în cartea codurilor şi să le transmită codorilor în timpul instruirii acestora.

Ambiguitate în realizarea judecăţilor

Chiar şi cu cele mai simple variabile, codorii trebuie să-şi folosească judecata, iar aceasta deschide uşa erorii. De exemplu, în studiul articolelor despre proiectele de rezolvare a problemelor sociale ce vizează copiii străzii, codorii au folosit o scală cu cinci trepte pentru a clasifica măsura în care s-au îndeplinit obiectivele diverselor proiecte. La început, expresii scurte au definit treptele scalei : la cel mai înalt nivel, de exemplu, obiectivele erau „realizare deplină" ori „realizare aproape deplină". Practica procesului de codare a relevat inconsistenţă între codori, astfel încât unii au sugerat că o scală numerică poate fi mai bună – obiectivele au fost „realizate în proporţie de 90 %". Când a treia scală a asigurat atât definiţii în cuvinte, cât şi evaluări numerice, rezultatul a fost o codare consecventă. Schimbarea codurilor şi instruirea corespunzătoare au contribuit la îmbunătăţirea codării.

Codare influenţată

Este greu de imaginat un subiect despre care un codor să nu aibă idei preconcepute. Potrivit lui R.Ph. Weber,

> Ambiguităţile în procesul judecăţii şi înclinaţia codorului se leagă de acea ambiguitate creată de mediul ospitalier pentru ca înclinaţia să se furişeze neobservată (1990, p. 142).

Instruirea îi ajută pe codori să se pună în gardă împotriva subiectivismului neintenţionat, iar cercetătorii pot observa cui aparţine subiectivismul intenţionat. De asemenea, este indicat ca documentele să fie atribuite codorilor în mod aleatoriu.

Codare greşită

Codorii aplică ocazional incorect criteriile codării ori chiar scriu coduri greşit. Astfel de greşeli pot fi sistematice, tinzând să favorizeze sau să defavorizeze anumite categorii, dar se pot produce şi numai întâmplător. Alegerile înţelepte în construcţia etichetelor categoriilor şi o instruire adecvată a codorilor pot evita astfel de greşeli.

Adeseori, consecvenţa codării se referă la „acordul intercodor". Ea înseamnă gradul în care diferiţi codori atribuie aceleaşi coduri segmentelor de text. O inconsecvenţă mare poate genera coruperea datelor. În multe circumstanţe, cercetătorii pot face estimări numerice ale acordului intercodor şi folosesc rezultatele pentru judecarea corectitudinii codorilor, în vederea instruirii acestora şi îmbunătăţirii codării. Pentru a verifica acordul intercodor, codorii examinează fie aceleaşi documente, fie un subset de documente, aceleaşi pentru toţi codorii.

Chiar şi atunci când codorii sunt relativ constanţi unul faţă de altul, codarea poate produce erori sistematice ; codorii ca grup tind să facă aceleaşi erori în atribuirea codurilor categoriilor segmentelor de text. În general, uniformizarea măsurii erorii sistematice este mai dificilă decât verificarea acordului intercodor, deoarece implică faptul că cineva cunoaşte codurile „adevărate" pentru segmentele de text. În fapt, nimeni nu cunoaşte acest lucru. Oricum, cercetătorii trebuie să fie în măsură să detecteze

nivelurile dense ale erorii sistematice în timpul instruirii și apoi să rafineze categoriile variabilelor și să modifice codarea manuală.

Selectarea și mânuirea documentelor

Chiar dacă populația documentelor poate părea în mod conceptual clară, ansamblul lor ridică trei probleme pentru codare : (1) lipsa unor documente, (2) documente nepotrivite și (3) documente improprii. Poate exista o discrepanță între populația presupusă a documentelor și cea localizată în realitate. Când un număr substanțial de documente lipsesc, analiza de conținut trebuie abandonată.

Un document nepotrivit este unul aflat în neconcordanță cu definiția documentului cerut pentru analiză. Aproape inevitabil, după o inspectare a lor, unele documente se dovedesc a fi nepotrivite pentru analiza de conținut. Documentele nepotrivite trebuie îndepărtate, dar este necesară o evidență a motivelor acestui lucru. E posibil ca unele documente să se potrivească cerințelor analizei, dar în schimb să fie nepotrivite pentru codare. De exemplu, paginile lipsă sau ambigue ridică unele îndoieli despre calitatea datelor, așa că este mai bine să nu fie incluse în analiză.

Odată determinat setul documentelor angajate pentru analiză, persoana responsabilă cu codarea înregistrează fiecare document, adică fiecărui document i se atribuie un număr unic. În final, procedurile codării monitorizate de cercetător trebuie să înregistreze următoarele : codorul căruia i s-a atribuit documentul, datele care au fost codate și problemele neobișnuite apărute.

Când documentele care urmează a fi codate reprezintă un eșantion al populației documentelor, eșantionul trebuie să fie ales din populația delimitată prin procedurile discutate mai înainte.

Testarea și aplicarea codurilor

Testarea

Un pas important înaintea începerii codării propriu-zise este testarea. Analistul testează și revizuiește codarea categoriilor și instrucțiunile, în unele cazuri chiar de câteva ori. Testarea este necesară și dacă folosim computerul pentru analiza de conținut, și dacă analiza este făcută manual.

Testarea îi oferă analistului posibilitatea de a vedea dacă : (1) categoriile sunt clar specificate, sunt exhaustive și mutual exclusive, (2) instrucțiunile codării sunt adecvate și (3) codorii sunt potriviți pentru sarcină. Determinările sunt făcute prin evaluarea fidelității și constanței deciziilor individuale ale codorilor. Odată ce analistul este sigur că materialul poate fi codat cu fidelitate ridicată, testarea este încheiată și codarea poate începe.

Conform cărții codurilor și a regulilor de codare, codorul marchează pur și simplu granițele unității de înregistrare și completează formularul codării. Procedura este similară când folosim un computer, dar detaliile depind de tipul de software utilizat. Codorii pot face scurte comentarii în legătură cu unitatea de înregistrare atât în codarea manuală, cât și în cazul folosirii unor pachete software. Comentariile sunt utile în timpul analizei datelor, pentru că oferă raționalitate codului, fac referiri la alt pasaj din document, semnalizează incertitudinea codorului etc.

Pe timpul aplicării codurilor, codorii pot întâlni diferite situații. Discutăm două dintre cele mai frecvente.

Coduri care se suprapun

Două coduri pot să se suprapună : unitatea de înregistrare pentru o variabilă se suprapune cu unitatea de înregistrare pentru o altă variabilă. De exemplu, avem două variabile codate în felul următor : prima, „Slăbiciuni în strategiile organizației", are trei categorii – inconsistență, control cu excesivă exigență a detaliilor minore și altele ; iar a doua variabilă, „Consecințele acțiunilor organizației", are tot trei categorii – ineficiență, vulnerabilitate la fraudă și altele. Primul cod din fiecare variabilă indică faptul că

inconsistenţa este şi ineficienţă – prin urmare, ele se suprapun în segmentul de text corespunzător.

Coduri înglobate

Un cod este înglobat în altul când unitatea de înregistrare pentru o variabilă înfăşoară complet unitatea de înregistrare pentru o altă variabilă. De pildă, o porţiune de text dintr-un interviu poate avea două variabile: „Timpul consumat pentru managementul financiar", cu trei categorii – excesiv, normal şi insuficient; şi altă variabilă, „Cauzele anulării proiectului de cercetare", cu patru categorii – problemele managementului financiar, insuficienţa personalului înalt calificat, logistica insuficientă şi altele. O parte din al doilea pasaj se regăseşte în primul, deoarece textul corespunzător pentru codul „timp consumat pentru managementul financiar excesiv" este atribuit codului „problemele managementului financiar" ce aparţine variabilei „anularea proiectului de cercetare".

Niveluri de cuantificare

În mod tradiţional, cele mai multe abordări ale analizei de conţinut cantitative se concentrează pe prezenţa variabilelor, analiza urmărind pur şi simplu conceptualizarea variabilelor din documente. De exemplu, în cercetarea despre problemele învăţământului superior pe care am mai menţionat-o, una dintre variabilele nominale a fost cea a actorilor sociali, cu clasele: student, profesor, rector, decan, ministru. O altă variabilă, de data asta ordinală, măsoară atitudinea enunţiatorului (autorul articolului) faţă de problemele identificate, prin trei categorii: pozitivă, neutră, negativă – sau suport, indecis, opoziţie.

Asemenea categorii pot fi folosite pentru măsurarea a patru niveluri de cuantificare: *spaţiul*, *frecvenţa* categoriilor, *direcţia* mesajului şi *intensitatea* lui. Ca să explicăm diferenţele dintre aceste niveluri de cuantificare şi cum se leagă ele de construcţia categoriilor folosim, în principal, analiza ipotetică a reformei justiţiei româneşti, pentru care avem ca surse majore articole publicate în presă, documente publice (legi) şi transcrierile interviurilor cu oficiali români şi străini. Când este cazul, apelăm şi la exemplificări din alte domenii de interes.

Spaţiul

La cel mai puţin riguros nivel de cuantificare, un cercetător poate măsura dimensiunea mesajului unui text sau cantitatea de spaţiu sau volum alocat acestuia. *Spaţiul* în textul scris se măsoară prin numărarea cuvintelor, propoziţiilor, paragrafelor ori spaţiul pe o pagină (de exemplu, în centimetri pătraţi). Pentru mesajul audio sau video, spaţiul poate fi măsurat prin cantitatea de timp alocat. De exemplu, un personaj poate fi prezent timp de câteva secunde ori în mod continuu în fiecare scenă a unui program de două ore.

Analistul poate măsura spaţiul din ziar dedicat susţinerii sau opoziţiei faţă de o problemă. El poate apoi să folosească această măsură pentru a compara relativa susţinere a problemei sau opunere faţă de ea. Un asemenea exemplu găsim în tabelul 3.2, care arată formarea categoriilor prin măsurarea spaţiului (în centimetri de coloană) articolelor eşantionate dintr-un cotidian central şi dintr-un ziar de provincie. Pentru fiecare număr de ziar, analistul măsoară numărul de centimetri de coloană de la toate articolele şi editorialele pentru a afla cantitatea totală a spaţiului pentru fiecare din poziţiile exprimate. Se poate ajunge ca fiecare apariţie de temă să fie măsurată în cm^2, ceea ce înseamnă practic o trecere de la numărare la măsurarea extinderii temei. Prin codarea denumirii, locaţiei şi a datei fiecărui ziar, analistul poate examina tendinţa de-a lungul timpului şi poate compara astfel punctele de vedere ale ziarelor care apar în capitală cu cele din provincie.

Tabelul 3.2 – *Formarea categoriilor prin măsurarea spaţiului*

Ziarul	Data	Locaţia	Centimetri de coloană		
			Pozitivă	Neutră	Negativă
Adevărul	5/03/04	Capitală	2	1	5
Monitorul de Alba	5/03/04	Provincie	4	1	2
...					

O asemenea măsură este rapidă şi relativ uşoară, însă furnizează doar o informaţie generală. De aceea, analiştii care folosesc acest nivel al cuantificării trebuie să presupună că *diferenţele găsite în mărimea spaţiului sunt indicatori valizi ai relativei evidenţieri sau importanţe a problemelor.*

Frecvenţa categoriilor

Frecvenţa indică pur şi simplu cât de des se produce un eveniment. De exemplu, câţi bătrâni apar într-un program de televiziune şi de câte ori? Ce procentaj din toate personajele îl reprezintă ei?

Singleton *et al.* (1988) spun că frecvenţa este cea mai obişnuită metodă pentru măsurarea conţinutului. La rândul lor, Krippendorff (1980) şi Weber (1990) subliniază că numărarea frecvenţei cuvintelor şi elaborarea de liste cu cuvinte tipice sunt tehnici standard în analiza de conţinut.

Seturile cu frecvenţa cuvintelor ne indică în mod obişnuit temele importante ale textului. Calcularea de câte ori este codată o categorie e mai mult decât o simplă înregistrare a numărului de unităţi de înregistrare în care apare un cod. În acelaşi studiu despre problemele învăţământului, cercetătorul a identificat mai multe variabile, fiecare cu un număr de categorii specifice. De asemenea, a adunat toate instanţele în care fiecare categorie a fost codată de-a lungul tuturor articolelor folosind căutarea cuvânt--cheie-în-context – care, de fapt, este mai mult o analiză de conţinut calitativă, deoarece presupune un context mai larg de abordare a categoriilor în cadrul temelor identificate.

Identificarea cuvintelor comune în context (fondul de bază al textului) ne duce la temele principale ale textului analizat. Însă trebuie să precizăm că este posibil să surprindem teme semnificative indicate de cuvinte cu frecvenţe reduse. Altfel spus, nu întotdeauna cuvintele cu frecvenţe ridicate indică şi o posibilă temă.

La acest nivel al cuantificării, analistul codează frecvenţa unităţilor de înregistrare determinând de câte ori fiecare temă sau afirmaţie se produce în text. Formatele pentru măsurarea frecvenţelor pot fi simple, ca în tabelul 3.3, sau mai complexe, ca în tabelul 3.4, depinzând de informaţia necesară cerută de tema proiectului. În primul tabel sunt două formate simple pentru măsurarea numărului de afirmaţii care sprijină, se opun sau sunt indecise faţă de reformarea justiţiei româneşti.

Tabelul 3.3 – *Două formate de categorii ce măsoară frecvenţa articolelor şi afirmaţiilor*

Format 1					
Ziarul	**Data**	**Locaţia**	**Numărul articolelor**		
			Suport	**Indecis**	**Opoziţie**
Adevărul	5/03/04	Capitală	2	1	0
Monitorul de Alba	5/03/04	Provincie	1	0	1

Format 2				
Ziarul	**Data**	**Locaţia**	**Atribuirea afirmaţiei**	**Poziţia**
Adevărul	5/03/04	Capitală	Ministru	Opoziţie
Adevărul	5/03/04	Capitală	Editorial	Suport
Adevărul	5/03/04	Capitală	Senator	Indecis
Monitorul de Alba	5/03/04	Provincie	Grup de cetăţeni	Opoziţie
Monitorul de Alba	5/03/04	Provincie	Prefect	Suport

Formatul 1 este similar formatului pentru măsurarea spaţiului, care măsoară însă numărul de articole care apar într-o perioadă de timp dată. Formatul 2 identifică vorbitorul şi-i permite analistului să compare poziţiile diferiţilor indivizi de-a lungul timpului şi din diferite locaţii.

Tabelul 3.4 indică mijloace mai elaborate de măsurare a frecvenţei, cu formate separate pentru categorii şi pentru codare. Această abordare poate fi folosită pentru analizarea informaţiei de la trei surse din exemplul nostru ipotetic – ziare, documente publice şi transcriptul interviurilor. În tabel, categoriile descriu poziţiile privind propunerile specifice pentru reforma în justiţie. Aceste poziţii pot fi codate ataşându-le cifre care indică poziţiile luate (coloane) şi propuneri (rânduri).

Tabelul 3.4 – *Măsurarea frecvenţei şi a poziţiei faţă de o propunere specifică*

Formatul categoriei				
Propuneri pentru reformarea justiţiei		**Suport (01)**	**Opoziţie (02)**	**Indecis/fără poziţie (03)**
Inamovibilitatea judecătorilor	(01)			
Independenţa Curţii Supreme de Justiţie	(02)			

Neamestecul politicului în actul de justiţie	(03)			
Promovarea tinerilor în structurile de conducere ale sistemului judiciar	(04)			
Interdicţia procurorilor de a aresta fără mandat emis de judecător	(05)			
Altul	(06)			

Formatul codării			
Sursa	**Afirmaţia**		
	Data	**Coloana**	**Rândul**
Şedinţa Guvernului	2/02/04	01	02
Şedinţa Guvernului	2/02/04	01	06
Şedinţa Guvernului	2/02/04	01	04

În general, când construiesc măsura frecvenţelor, analiştii ţin cont de două ipoteze în designul analizei de conţinut:

1. consideră că frecvenţa cu care se produce o afirmaţie în text este un indicator valid sau important;
2. consideră că toate unităţile de conţinut pot fi evaluate egal şi, prin urmare, fiecare poate fi comparată direct cu oricare alta.

Direcţia

Presupune observarea direcţiei mesajului din conţinutul textului de-a lungul unor continuumuri. Am dat deja un exemplu privind direcţia când am vorbit despre analiza cuvântărilor unui candidat la preşedinţie pe tema planurilor de asistenţă medicală. Un alt exemplu: cercetătorul împarte lista modurilor în care poate acţiona un personaj vârstnic dintr-un serial de televiziune. Unele modalităţi sunt pozitive (de pildă, prietenos, înţelept, generos), altele sunt negative (de exemplu, maliţios, plicticos, egoist).

Analiza tendinţei

La al patrulea nivel al cuantificării, analiştii codează pentru intensitate. Fiecare afirmaţie sau situaţie codată este „cântărită" şi plasată pe o scală ce măsoară intensitatea relativă. Intensitatea este forţa sau puterea unui

mesaj într-o anumită direcţie. De pildă, caracteristica unui personaj în vârstă dintr-un serial de a uita poate fi minoră (de exemplu, nu-şi aminteşte să ia cheile când pleacă de acasă, are nevoie de timp să-şi aducă aminte de cineva pe care nu l-a mai văzut de mult) sau majoră (de exemplu, nu-şi aminteşte cum îl cheamă, nu-şi recunoaşte rudele apropiate).

Nivelul de măsură a tendinţei permite o analiză a datelor mult mai sensibilă. Avantajul codării intensităţii este că cere codorilor să recunoască diferenţele în materialul textual mult mai subtil decât au ei nevoie când codează pentru spaţiu sau frecvenţă. Mai mult, este dificil să listăm toate criteriile pe care codorii trebuie să le aibă în vedere la luarea deciziilor. De exemplu, codorii trebuie să ţină cont de relativa intensitate a înţelesului verbelor („dezacord" *versus* „îndoială"), de timpurile lor (trecut, prezent, viitor), de modificările înţelesului adverbelor („adesea" *versus* „uneori") sau de înţelesul afirmaţiilor care exprimă probabilul (folosim „poate") *versus* ce este imperativ (folosim „trebuie").

Deoarece îi ajută pe analişti să compare diferenţe subtile între cuvinte, acest nivel al cuantificării este cel mai folosit pentru analiza citărilor directe şi a conţinutului documentelor oficiale, astfel încât legile şi reglementările publice, în care cuvintele se consideră că au fost alese cu grijă, să poarte un mesaj precis. În exemplul reformării justiţiei, prin urmare, transcrierile interviurilor pot fi analizate la acest nivel cu acurateţe.

Tabelul 3.5 ilustrează cum poate fi codată intensitatea. Folosim două răspunsuri ipotetice la o întrebare din interviu, ca să arătăm cum pot fi potrivite replicile în formarea unei categorii: „subiect, verb, termen comun al înţelesului[1]". Fiecare replică poate conţine mai mult decât o afirmaţie – ori unitate de înregistrare – ca să fie codată. Prin urmare, rangul valorilor de la +3 la –3, depinzând de direcţie şi intensitate, sunt atribuite verbului şi termenilor comuni ai înţelesului din fiecare afirmaţie. În cazul nostru, (+) este atribuit verbelor şi termenilor comuni ai înţelesului care dau impresia că sprijină reformarea justiţiei. Cele două valori ale fiecărei afirmaţii – valoarea verbului şi valoarea termenului comun al înţelesului – sunt înmulţite, iar apoi, produsul tuturor afirmaţiilor din răspuns sunt însumate, producând un scor total pentru fiecare răspuns.

1. Termen potrivit sau caracteristic limbajului de zi cu zi.

Tabelul 3.5 - *Formarea categoriilor prin măsura intensităţii atitudinii*

Subiect	Verb	Valoare	Termen comun al înţelesului	Valoare	Produs
Răspuns 1 „Personal, sunt pentru reforma justiţiei, dar mă îndoiesc că promovarea tinerilor în sistem va înlătura influenţa politică în actul de justiţie"					
Eu	sunt	+3	pentru reforma justiţiei	+3	+9
Eu	mă îndoiesc	-2	că promovarea tinerilor în sistem va înlătura influenţa politică	+3	-6
Total					+3
Răspuns 2 „Eu acţionez în guvern pentru promovarea tinerilor în conducerea sistemul judiciar"					
Subiect	**Verb**	**Valoare**	**Termen comun al înţelesului**	**Valoare**	**Produs**
Eu	acţionez	+3	pentru promovarea tinerilor în conducerea sistemului judiciar	+3	+9
Total					**+9**

În exemplul din tabelul 3.5, răspunsul 1 conţine două afirmaţii, în timp ce răspunsul 2 conţine doar una. Evaluarea afirmaţiei din primul răspuns este mai scăzută în intensitate, aşa încât al doilea răspuns obţine un rang de intensitate mai ridicat.

În general, analiza orientării (atitudinii) emiţătorului se face faţă de o persoană, o idee sau o problemă socială şi presupune folosirea unei scale ordinale. Variabila ordinală exprimă orientarea atitudinală a emitentului, care poate fi *negativă*, *neutră* sau *pozitivă*. Se aplică formule care iau în calcul frecvenţa de apariţie a unei aprecieri, urmărind să depisteze atitudinea emitentului (Chelcea, 2001, pp. 533-536). Pentru aceasta se parcurg următoarele etape :

1. se identifică temele (variabilele) ce cuprind categorii conform unităţilor de înregistrare stabilite ;
2. se clasifică variabilele după poziţia atitudinală exprimată ;
3. se calculează frecvenţa unităţilor în legătură cu tema şi se raportează la numărul lor total (al unităţilor de înregistrare).

Cu cât numărul unităţilor de înregistrare legate de temele (variabilele) respective este mai mare, cu atât eficienţa procedeului va fi sporită. Evidenţierea tendinţei se face prin folosirea formulelor :

$$AT = \frac{F - D}{L}$$

(când se iau în calcul numai unităţile de conţinut în legătură cu tema) şi

$$AT = \frac{F - D}{T}$$

(când se ia în calcul numărul total de unităţi de conţinut), unde :

AT = indicele de analiză a tendinţei
F = numărul de unităţi favorabile
D = numărul de unităţi defavorabile
L = numărul de unităţi în legătură cu tema
T = numărul total de unităţi (conţinutul total).

Cele două formule dau indici de tendinţă diferiţi, deoarece numitorul fracţiei este diferit. Precizăm că conţinutul în legătură cu tema cuprinde totalul unităţilor favorabile, defavorabile şi neutre, în timp ce la conţinutul total se mai adaugă şi numărul unităţilor fără legătură cu tema a cărei tendinţă o calculăm. Prin aplicarea oricărei formule, rezultă tendinţa de a prezenta tema sau problema socială din textele analizate în termeni favorabili sau defavorabili. Se întocmesc grafice privind intensitatea atitudinii. Ilustrăm cele prezentate cu două exemple.

Primul pleacă de la constatarea că presa este unul dintre vehiculele ce reuşesc să construiască imaginea unei probleme sociale şi să o acrediteze ca atare în spaţiul public. În această idee, menţionăm că analiza de conţinut este metoda de cercetare cel mai des folosită pentru a vedea cum se realizează acest lucru. De pildă, o problemă socială pentru orice sistem politic democratic este scăderea gradului de încredere în instituţia parlamentară

(Vasiliu, 2000). Se cercetează existenţa corelaţiei între problema identificată şi frecvenţa articolelor apărute în presă. Eşantionarea a presupus alegerea articolelor despre activitatea legislativului din câteva ziare centrale clasificate în ordinea audienţei. S-au codificat textele şi s-a făcut interpretarea după distribuţia cantitativă a unor categorii conform unei grile de teme referitoare la atitudinea cotidianului faţă de instituţia parlamentară.

Tema cercetării a fost formulată în funcţie de un număr de indicatori identificaţi ca având cea mai mare frecvenţă în conţinutul cotidienelor alese. De pildă, dacă este vorba despre activitatea parlamentară slabă, indicatorii (categoriile) pot fi : absenteismul, incompetenţa, subiectivismul, promovarea intereselor personale şi de grup, nivelul scăzut al dezbaterilor, amânări nejustificate ale dezbaterilor şi ale votului, randamentul legislativ scăzut, atitudinea obstrucţionistă a opoziţiei, disensiuni în partidul aflat la putere sau între acest partid şi partidul/partidele care îl sprijină în parlament, deficienţe tehnico-organizatorice, migraţia parlamentară, demagogia. În urma calculului frecvenţelor indicatorilor în legătură cu tema, al distribuţiei contextelor (negative/pozitive) raportate la numărul total de unităţi de înregistrare (calculul coeficientul atitudinal), s-au construit grafice cu distribuţia intensităţii atitudinilor presei scrise faţă de prestaţia parlamentară.

Un al doilea exemplu se referă la evaluarea orientării atitudinale a programelor electorale ale partidelor politice. Pentru aceasta, se foloseşte un set de categorii de codare standard, pozitive şi negative, care acoperă principalele domenii : relaţii externe, libertate şi democraţie, sistemul politic, economie, bunăstarea şi calitatea vieţii, structura societăţii, grupuri sociale. Fiecare propoziţie din programul unui partid este pusă în una dintre aceste categorii. Se face calculul frecvenţelor şi al coeficientului atitudinal, urmat de un text analitic al rezultatelor. În Anexa 3 se regăseşte un exemplu de carte a codurilor standard ce se aplică în analiza de conţinut a programelor electorale.

Compararea punctelor de vedere ale puterii şi opoziţiei

Un interes special în peisajul politic al oricărei ţări democratice îl ocupă mult discutata chestiune a reflectării şi evaluării în mass-media a punctelor de vedere ale puterii şi opoziţiei faţă de problemele ce preocupă opinia publică. Analiza de conţinut joacă un rol major, motiv pentru care o abordăm distinct. O tratare sistematică presupune :

- selectarea de materiale scrise variate ;
- concentrarea doar pe câteva probleme de interes (4-5) ;
- elaborarea criteriilor ce definesc poziţii considerate favorabile, nefavorabile şi neutre faţă de problemele abordate ;
- analiza poziţiilor politice şi a înclinaţiilor ce favorizează o poziţie sau alta – *bias*, în engleză – atât la nivelul paragrafului, cât şi al textului întreg.

După standardele The United States General Accounting Office, se recomandă ca trei evaluatori (codori) independenţi să codeze toate materialele scrise selectate. Fiecare codor urmează setul detaliat al instrucţiunilor de codare (cartea codurilor), dezvoltat să definească elementele ce vor fi analizate şi procedurile de atribuire a poziţiilor pe scala ordinală. Bineînţeles că instrucţiunile sunt mai întâi testate pe materiale din afara grupului selectat pentru analiză şi sunt rafinate pentru a spori uniformitatea în practica procesului de codare.

Se desfăşoară două analize separate, dar legate între ele : (1) analiza detaliată a fiecărui paragraf şi (2) analiza mai largă a textului ca întreg. Cei trei evaluatori marchează fiecare paragraf potrivit poziţiei politice adoptate şi indicatorilor tendinţei. Ca să estimeze poziţia politică, ei compară poziţia din text cu criteriile furnizate de cartea codurilor şi o marchează ca favorabilă, neutră/echilibrată sau nefavorabilă. Ca să identifice tendinţa, codorii evaluează fiecare paragraf după (1) existenţa limbajului emoţional ; (2) semnificaţia limbajului şi (3) comparaţia dezechilibrului dintre prezentarea poziţiei puterii şi a opoziţiei. Bazat pe efectul combinat al determinării poziţiilor politice şi al tendinţei modului de prezentare, evaluatorii stabilesc ratingul pentru fiecare paragraf ca fiind favorabil, neutru/echilibrat sau nefavorabil.

Tabelul 3.6 – *Ratingurile problemelor analizate*

	Opunere			Neutru/	Suport			Total
	Cate-gorică	Mode-rată	Ușoară	Echili-brat	Ușor	Moderat	Cate-goric	
Adopția copiilor	2	1	4	19	0	0	0	26
Reforma adminis-trației	2	2	3	8	1	0	0	16
Lupta împotriva corupției	2	10	5	9	0	0	0	26
Total	**6**	**13**	**12**	**36**	**1**	**0**	**0**	**68**

După ce analiza paragrafelor este completă, fiecare evaluator atribuie o estimare generală fiecărui text ca întreg, pe o scală ordinală cu șapte trepte, astfel : 1 – opunere categorică, 2 – opunere moderată, 3 – opunere ușoară, 4 – neutru/echilibrat, 5 – suport ușor, 6 – suport moderat, 7 – suport categoric. Rezultatele sunt înscrise într-un tabel separat pentru putere și opoziție (tabelul 3.6).

Pentru a estima ratingurile corect, evaluatorii iau în considerație :

1. porțiunea textului din paragraf determinată ca favorabilă sau nefavorabilă ;
2. frecvența relativă a afirmațiilor ce conțin tendințe pro sau contra ;
3. relativa preeminență a textului în ansamblul lui ca favorabil sau nefavorabil ;
4. balanța acoperirii prin argumente majore a ambelor perspective (putere – opoziție) ale fiecărei probleme analizate.

Ultimul aspect, balanța argumentelor, se înscrie într-un tabel comparativ putere – opoziție (tabelul 3.7) :

Tabelul 3.7 – *Ratingurile acoperirii cu argumente*

Categorii acoperite	Numărul argumentelor	
	Puterii	Opoziției
1. Argumente opuse poziției	37 la 46	14 la 20
2. Argumente ce sprijină poziția	10 la 22	28 la 37
3. Argumente ce prezintă poziția neutru sau echilibrat	16 la 31	15 la 35

Rezultatul evaluării fiecărui text ca întreg se înscrie într-un tabel de tipul celui de mai jos.

Tabelul 3.8 – *Evaluarea textelor incluse în analiza de conținut*

Nr. cazului	Titlul (articol, document public etc.)	Problema	Media	Data	Ratinguri*	
					Putere	Opo-ziție
1	„Uniunea Europeană recomandă..."	Adopția copiilor	Ziarul *Adevărul*	20.02.04	2	(4-4-5)
2	„Comunicat GDS"	Adopția copiilor	Document public	23.02.04	(1-2-1)	5
3	...	...	...	...	...	...

* Ratingurile atribuite de trei evaluatori independenți sunt în consens când apare o cifră, iar când cifrele sunt între paranteze, ratingurile individuale sunt diferite. În al doilea caz, evaluatorii negociază pentru a ajunge la consens.

Opțiunile analizei

Principalul obiectiv al analizei de conținut este să analizeze informația dintr-un text nestructurat al cărui format a fost transformat în unul care permite acest lucru. Aceasta implică :

- rezumarea datelor ;
- descoperirea patternurilor și relațiilor din date ;
- testarea ipotezelor despre patternuri și relații ;
- raportarea rezultatelor la datele obținute în alte analize (situații și metode diferite) ;
- evaluarea validității analizei.

Tehnicile analitice folosite pentru realizarea lor nu sunt unice pentru analiza de conținut. În funcție de designul elaborat, analistul poate folosi o varietate de metode statistice.

Opțiunile cercetătorilor din științele sociale în prelucrarea datelor colectate depind de scala de măsură a variabilelor – nominală, ordinală, de intervale și rapoarte. Când am vorbit despre procesul de codare, am precizat

că analiza de conţinut este în mod obişnuit restrânsă la variabile categoriale nominale şi ordinale. Însă, pe timpul analizei datelor, variabilele categoriale din materialul codat pot fi combinate cu variabilele de intervale şi de rapoarte generate în alte moduri.

Cele mai comune mijloace de rezumare a datelor când analiştii aleg variabile nominale sunt căutarea frecvenţelor şi întocmirea tabelelor corespunzătoare. Frecvenţa absolută poate indica de câte ori afirmaţiile sau temele se regăsesc în eşantion ; frecvenţa relativă poate arăta mărimea procentului acestora în eşantion. Analistul poate compara frecvenţa unei categorii cu media frecvenţelor tuturor categoriilor sau poate observa schimbările frecvenţelor produse de-a lungul timpului.

T. Rotariu (1986, p. 142) remarcă aici existenţa unei „probleme speciale", şi anume că numărul de apariţii a unei categorii nu coincide neapărat cu numărul unităţilor de înregistrare, deoarece sunt unităţi în care nu se identifică nici una dintre categoriile unei variabile (situaţie similară, formal, cu nonrăspunsul la o întrebare din chestionar). De aceea, cifrele relative, în speţă procentele, se calculează la mai multe totaluri : al numărului de apariţii, al numărului unităţilor de înregistrare etc.

Cu variabilele ordinale, aşa cum sunt scalele de intensitate, apar alte posibilităţi pentru analiza de conţinut prin examinarea relaţiilor dintre variabile.

Pentru ambele tipuri de variabile se folosesc metode statistice descriptive (descrierea populaţiei sau seriei de cazuri). Variabilele de intervale şi de rapoarte permit, la rândul lor, multe posibilităţi de analiză a datelor care folosesc metodele statisticii deductive (formularea deducţiilor despre populaţie pe baza unui eşantion de probabilitate).

Analizele descriptive sunt instrumente de bază în analiza de conţinut, cu ajutorul cărora prezentăm rezultatele în rapoartele de cercetare. Modalitatea practică de realizare a lor o găsim în cărţile de statistică socială, cum ar fi, de pildă, *Metode statistice aplicate în ştiinţele sociale*, lucrare coordonată de T. Rotariu (1999). Aici rezum doar câteva dintre posibilităţile pe care le avem la dispoziţie.

Sunt trei forme principale de analiză descriptivă : determinarea tendinţei centrale („indicatori centrali" sau „indicatori de poziţie"), determinarea variaţiei distribuţiei şi determinarea asocierii dintre variabile.

Determinarea tendinţei centrale

Tendinţa centrală exprimă nevoia de a arăta ce este tipic într-un număr de cazuri. Astfel, tendinţa centrală a distribuţiei dă răspunsul la una din întrebările de bază ale analizei statistice : Ce înseamnă valoarea tipică a unei variabile ?

Tabelul 3.9 – *Trei măsuri ale tendinţei centrale*

Nivelul măsurii	Folosirea măsurii[a]		
	Modul	Mediana	Media
Nominal	Da	Nu	Nu
Ordinal	Da	Da	Nu[b]
Intervale sau rapoarte	Da	Da	Da[c]

[a] „Da" înseamnă că indicatorul este potrivit pentru nivelul de măsură arătat.
[b] Poate fi corespunzătoare în unele împrejurări.
[c] Poate fi inadecvată când distribuţia este asimetrică sau are câteva valori extreme (*outliers*).

Există două modalităţi de abordare în cazul descrierii tendinţei centrale a unei distribuţii :

1. prezentarea datelor în tabele sau grafice ;
2. găsirea unui singur număr care rezumă cel mai bine distribuţia.

Prima abordare ne permite „vizualizarea" distribuţiei. Problema este că, în această formă de prezentare, uneori e dificil de înţeles care este valoarea tipică. Totuşi, cercetătorii ar trebui să încerce întotdeauna o abordare pe bază de tabel sau grafic ca prim pas pentru decizia cu privire la al doilea pas, când se alege o singură valoare statistică ce reprezintă seria de cazuri.

Determinarea variaţiei unei distribuţii

Ori de câte ori dau informaţii despre tendinţa centrală a unei distribuţii, cercetătorii trebuie să descrie şi dispersia. Ea răspunde la întrebarea generică : Ce variaţie există în distribuţia cazurilor ? Există o diversitate

de coeficienți statistici pentru măsurarea dispersiei distribuției. Unii sunt folosiți numai cu măsurări de intervale și rapoarte, pe când alții se potrivesc mai bine cu datele nominale sau ordinale.

Tabelul 3.10 – *Măsuri ale dispersiei*

Nivelul măsurării	Folosirea măsurii		
	Amplitudinea	**Abaterea intercuartilă**	**Abaterea standard**
Nominal	Nu	Nu	Nu
Ordinal	Uneori	Da	Nu
De intervale sau rapoarte	Da	Da	Da

Tabelul 3.10 redă caracteristicile a trei măsurări ale dispersiei. *Amplitudinea* este folosită în mod frecvent la măsurarea dispersiei când o variabilă este măsurată cel puțin la nivel ordinal. Amplitudinea reprezintă diferența dintre cea mai mare și cea mai mică valoare dintr-o distribuție. Deoarece se bazează doar pe valori extreme, amplitudinea este un tip de măsurare brut, foarte sensibil la mărimea eșantionului și la valorile marginale.

Abaterea intercuartilă reprezintă diferența dintre două puncte într-o distribuție ce încadrează cele 50% din cazuri aflate în mijloc. Aceste două puncte se numesc prima și a treia cuartilă și, de fapt, ele înlătură cele 25% din cazuri aflate atât în partea superioară, cât și în cea inferioară. Cu cât cazurile sunt grupate mai strâns, cu atât mai mică va fi abaterea intercuartilă. Asemenea amplitudinii, abaterea intercuartilă necesită cel puțin un nivel ordinal de măsurare, iar prin reducerea cazurilor extreme nu devine subiectul criticilor din cauză că ar fi prea sensibilă față de valori.

Un mod de a interpreta și explica dispersia unei distribuții este prin observarea proporției de „cazuri acoperite" de indicatorul de dispersie. Pentru a face acest lucru, ne gândim la indicatorul de dispersie ca la o bandă care are o valoare minimă și una maximă, și apoi ne imaginăm această bandă suprapusă peste distribuția cazurilor. O anumită proporție din cazuri au observații mai mari decât valoarea minimă a benzii și mai mici decât valorile maxime ; aceste cazuri sunt acoperite de indicatorul de dispersie. Pentru amplitudine, valoarea minimă o reprezintă cea mai mică observație dintre toate cazurile, iar valoarea maximă este cea mai mare observație ; atunci 100% din cazuri sunt acoperite de amplitudine. Când

folosim abaterea intercuartilă, 50% din cazuri sunt întotdeauna acoperite. Situația abaterii standard este mult mai complexă și, de aceea, este mai utilă în termenii statisticii deductive.

Pentru a analiza dispersia unei variabile nominale, probabil cel mai indicat lucru este dezvoltarea unui tabel sau a unei histograme care să arate frecvența cazurilor pentru fiecare categorie a variabilelor. Calcularea unui singur indicator, cum ar fi amplitudinea dispersiei, nu este o practică prea des întâlnită. Pentru a descrie dispersia unei variabile ordinale, tabelele și histogramele sunt utile, dar alegerea unui singur indicator este problematică. Totuși, când se folosește un singur indicator, cea mai bună alegere o reprezintă adeseori abaterea intercuartilă.

Determinarea asocierii dintre variabile

Asocierea dintre variabile dă răspuns la întrebarea generică : În ce măsură două sau mai multe variabile sunt asociate ? A spune că există o legătură între variabile înseamnă a spune că există un anumit pattern în observații. El ne arată cum cazurile variază împreună pe cele două variabile. De obicei, legătura nu rezistă pentru fiecare caz, dar există tendința de a se manifesta.

Cu o simplă foaie de date nu este ușor să percepem o legătură între cele două variabile. De aceea, cercetătorii au nevoie de un mod de rezumare a datelor. Cu date nominale sau ordinale, în mod obișnuit, se folosește un tabel cu două intrări, dar rămâne totuși dificil să identificăm extinderea unei asocieri și, cu atât mai mult, să și explicăm acest lucru unei alte persoane. Astfel că dorim adesea să trecem de tabele și să căutăm un număr, un indicator al asocierii. Un asemenea indicator poate fi folosit pentru caracterizarea întinderii unei legături, adeseori și a direcției, aceasta din urmă mai puțin pentru variabilele nominale. Putem folosi mai multe moduri de măsurare pentru a surprinde cât mai multe aspecte ale asocierii. Un indicator al asocierii dintre variabile se calculează dintr-o serie de observații – prin urmare, este o statistică descriptivă. Câțiva indicatori ai asocierii sunt disponibili pentru a alege în funcție de nivelul de măsurare a variabilelor și, mai exact, de cum este definită asocierea. Din clasa de indicatori statistici care indică asocierea menționăm : Lambda și coeficientul V al lui Cramer pentru două variabile nominale, gamma pentru două variabile ordinale sau coeficientul de corelație Spearman pentru oricare dintre ele.

Răspunsul la o întrebare cu privire la legătura dintre două variabile implică de fapt patru întrebări suplimentare : Există o legătură ? Care este amploarea acestei legături ? Care este direcţia ei ? Care este natura legăturii ? Analiza unei serii de date pentru a răspunde la aceste întrebări implică de obicei realizarea unei prezentări sub formă de tabel sau grafic şi, de asemenea, calculul măsurii asocierii.

Analiza datelor şi raportarea rezultatelor

Esenţa analizei de conţinut este codarea ce construieşte un pod de la cuvinte la numere. Odată realizată codarea, urmează formele uzuale ale analizei. Folosirea programelor de computer face mai uşoară sarcina şi ne ajută la dezvoltarea analizei (presupunând, desigur, că au fost codate variabilele potrivite). Alegerea programelor este importantă, deoarece acestea diferă substanţial între ele.

Derivarea inferenţelor din calculul frecvenţei categoriilor este cea mai simplă şi, adesea, cea mai folosită formă de analiză a datelor.

Dincolo de calculul simplu al frecvenţelor, analiştii caută asocierea între două sau mai multe variabile. De exemplu, frecvenţa articolelor despre un anumit eveniment politic este comparată între jurnale diferite. În limbajul analizei de conţinut, variabila „subiect" este comparată cu variabila „jurnal". Subiectul are subcategorii, cum ar fi activitatea parlamentului, deciziile executivului, atitudinea preşedinţiei, poziţia partidelor politice.

Cu ajutorul tabelului 3.11 examinăm asocierea dintre subiect şi jurnal. Dacă datele arată că cunoaşterea unei variabile ne furnizează informaţii pentru a cunoaşte altă variabilă, putem spune că variabilele sunt asociate. În tabel, remarcăm că procentajul articolelor despre deciziile executivului este ceva mai mare în *Adevărul* ; procentajul articolelor despre reacţia asociaţiilor civice este ceva mai mare în *Curentul*. Categoriile rămase nu indică o mare diferenţă, astfel că poate fi vorba despre o asociere slabă între subiect şi jurnal. Adică numai subiectul este puţin predictibil pentru jurnal sau jurnalul este puţin predictibil pentru subiect. Un tabel ca acesta poate dezvălui o relaţie relativ slabă între variabile, iar adeseori relaţia este ambiguă. Prin analiză statistică, putem stabili cu uşurinţă dacă sunt asocieri moderate sau slabe. Ambele variabile – subiect şi jurnal – sunt nominale şi

putem calcula unul dintre următorii coeficienţi statistici : V al lui Cramer, Lambda sau coeficientul de corelaţie Spearman. Aceşti coeficienţi au limite de la 0 (nu există nici o asociere) la 1 (asociere perfectă). Datele din tabel produc o valoare a lui V de 0,09.

Tabelul 3.11 – *Frecvenţa articolelor din ziarele* Adevărul *şi* Curentul *după subiectele selectate (date ipotetice)*

Subiect	*Adevărul*		*Curentul*	
	Număr	**Procente**	**Număr**	**Procente**
Activitatea parlamentului	71	52,2	144	55,8
Deciziile executivului	33	24,3	45	17,4
Atitudinea preşedinţiei	17	12,5	33	12,8
Poziţia partidelor politice	10	7,3	20	7,8
Reacţia asociaţiilor civice	5	3,7	16	6,2
Total	136	100	258	100

Tabelele încrucişate nu sunt limitate la două sau trei variabile. Tehnici statistice de analiză multivariată pot fi folosite pentru analiza structurilor complexe. Alte tehnici pentru descoperirea patternurilor şi relaţiilor din date includ analizele cluster şi factorială.

Inferenţe

Realizarea inferenţelor pe baza rezultatelor este un moment critic în analiza de conţinut. Avem în vedere că analiza de conţinut descrie ce este în text. Ea nu poate revela intenţiile celor care au creat textul sau efectele pe care mesajele din text le au asupra celor care le receptează. De pildă, analiza de conţinut arată că revistele şi cărţile pentru copii conţin stereotipuri de sex. Aceasta nu înseamnă în mod necesar că credinţele şi comportamentele copiilor sunt influenţate de stereotipuri ; astfel de inferenţe reclamă un proiect de cercetare separat despre percepţiile copiilor.

Scrierea raportului de cercetare

În ştiinţele sociale, textul nu este doar un instrument pentru documentare şi o bază de date pentru interpretare, ci şi un instrument epistemologic, mai ales unul de mediere şi comunicare a rezultatelor şi cunoştinţelor. În acest sens, scrierea textelor este văzută ca fiind inima ştiinţelor sociale.

> A face ştiinţă socială înseamnă, în principal, a produce texte... Experienţele cercetării trebuie să fie transformate în texte şi să fie înţelese pe baza textelor (Wolf, 1992, p. 333).

În analiza de conţinut, scrisul devine relevant sub trei aspecte :

- pentru prezentarea rezultatelor unui proiect ;
- pentru evaluarea procedeelor care au condus la ele şi astfel, implicit, la rezultatele efective ;
- ca punct de plecare pentru consideraţii reflexive cu privire la statutul general al întregii cercetări.

Producerea de către cercetător a unui raport de analiză nu are în vedere audienţa sau pe cititori. Ea constituie şi o altă metodă de obţinere a rezultatelor. Efortul cercetătorului de a explica altora îl ajută să clarifice şi să integreze conceptele şi relaţiile identificate în propria analiză. Tehnicile producerii unui raport în urma analizei de conţinut – trasarea graficelor şi tabelelor, scrierea textului analitic etc. – sunt similare cu cele folosite în orice altă cercetare socială. Ca să producă un raport, cercetătorul trebuie să încorporeze elemente disparate într-un tot coerent. Pentru a face acest lucru, trebuie să revizuiască forma şi semnificaţia fiecărei părţi. Producerea unui raport este, prin urmare, un alt instrument analitic.

Metodologia şi rezultatele la care ajungem trebuie comunicate coerent altor cercetători. Metodologia trebuie descrisă în detalii suficiente, astfel încât cititorii să înţeleagă cu claritate cum s-a desfăşurat munca şi care sunt aspectele puternice şi limitele ei. Analistul trebuie să prezinte în raportul de cercetare etapele parcurse şi procedurile folosite. Un model de raport de cercetare ar fi următorul :

1. Obiectivele studiului care au guvernat alegerea datelor, metodelor şi elaborarea designului analizei.
2. Justificarea alegerii datelor, metodelor şi designului.

3. Evaluarea întrebărilor care au fost puse universului cercetat.
4. Descrierea procedurilor (cercetarea putând fi astfel replicată) :
   - eşantionarea ;
   - codarea variabilelor şi categoriilor ;
   - unităţile de context şi unităţile de înregistrare ;
   - procedurile de codare şi instrumentele codării (cartea codurilor, formularul codării) ;
   - procedurile de management şi de analiză a datelor ; tehnicile de analiză statistică ;
   - evaluarea validităţii rezultatelor.
5. Rezultatele şi semnificaţia lor statistică.

Concluziile analizei de conţinut este susţinută de tabele şi date statistice succinte. Unde este posibil, cercetătorul poate include comentarii despre precizia statistică a rezultatelor.

Evitarea capcanelor

Cercetătorii care fac analiză de conţinut trebuie să fie conştienţi de unele capcane cu care se confruntă. Informaţia cuantificată poate produce date importante şi interesante, însă numai urmărirea calculului duce, probabil, la rezultate precise, dar uneori fără sens sau superficiale. Prezentăm mai jos câteva aspecte pe care trebuie să le avem în vedere ca să evităm diverse capcane posibile.

Întrebările să fie clare

Întrebările analizei conduc şi dirijează activitatea. Dacă sunt ambigue ori nu se potrivesc nevoilor, chiar dacă metoda va fi bine aplicată, rezultatele obţinute vor avea o valoare îndoielnică. Pentru ca întrebările să fie clare, trebuie să le formulăm cât mai specific posibil, astfel ca răspunsurile să fie cât mai utile pentru înţelegerea fenomenului sau elaborarea deciziilor.

Definirea cu atenție a variabilelor

Definirea atentă a variabilelor include specificarea categoriilor acestora, care nu trebuie să fie exagerate ca număr. Dar capcanele abundă prin:

- definirea variabilelor care nu pot fi folosite pentru a răspunde întrebărilor analizei;
- definirea variabilelor este atât de ambiguă, încât desfide categorizarea și interpretarea lor rezonabilă;
- specificarea categoriilor care nu sunt exclusive și mutual exhaustive;
- definirea categoriilor în mod ambiguu, astfel încât codorii pot lucra după cum cred de cuviință.

Definirea greșită a variabilelor este una dintre principalele contribuții care conduc la imposibilitatea replicării procesului de codare. De aceea, definirea variabilelor trebuie să înceapă din timp, deoarece poate necesita o reformulare a întrebărilor analizei de conținut. Posibilitatea reformulării trebuie extinsă în faza implementării, deoarece instruirea codorilor constituie și un test al categoriilor ce poate dezvălui probleme în realizarea conexiunii între definițiile variabilelor și atribuirea codurilor.

Definirea cu grijă a unităților de înregistrare

Selectarea unităților de analiză se bazează pe natura variabilelor și pe materialul textual care va fi codat. Pentru o variabilă dată, unități de înregistrare diferite pot produce rezultate diferite. Prin urmare, decizia referitoare la unitățile de înregistrare trebuie să se bazeze pe o reflecție considerabilă. Mai târziu, codorii trebuie să înțeleagă unitățile de înregistrare și să le aplice în așa fel încât să asigure replicabilitatea codării. Când unitățile de înregistrare au granițe fizice evidente, cum ar fi un text întreg, paragrafe și cuvinte, sarcina codorilor este relativ ușoară. Când tema este unitate de înregistrare, lucru ce se poate întâmpla adeseori, trebuie luate precauții în plus pentru a se evita eșecul replicabilității.

Elaborarea unui plan de analiză a datelor

Etapele analizei de conținut sunt amăgitor de simple și, prin urmare, pot tenta cercetătorul să amâne în mod serios reflecția asupra analizei datelor, până când codarea este completă – ceea ce poate constitui o greșeală. În designul și implementarea analizei de conținut, cercetătorii vor ajunge la câteva decizii care susțin posibilitatea realizării acesteia. Aceste decizii – printre cele mai notabile fiind definirea variabilelor, definirea unităților de înregistrare și alegerea software-ului necesar – trebuie luate până la realizarea unui plan de analiză preliminară a datelor. Altminteri, cercetătorul poate ajunge la momentul analizei datelor și să se oprească în fața unor opțiuni importante care încă nu au fost făcute.

Stabilirea numărului de membri în echipă și planificarea timpului de lucru

Analiza de conținut este consumatoare de timp. O codare manuală trebuie să fie bine pregătită și, probabil, revizuită de câteva ori. Codorii trebuie să fie instruiți și să li se dea timp să exerseze codarea până când replicabilitatea este satisfăcătoare. Numai aceste două etape pot lua cu ușurință câteva luni. Timpul cerut pentru procesul codării finale depinde de cantitatea de material ce va fi codat, numărul de variabile, numărul de codori și judecata cerută pentru deciziile codării. Definirea îngrijită a variabilelor ne va ajuta să menținem nevoia unui timp de judecată la minimum; dar, în cele mai multe analize, unele variabile vor fi complexe și subtile, iar deciziile codării vor lua timp.

Două faze sunt importante pentru *evitarea capcanelor*: codarea și analiza datelor. Lucrările de specialitate sugerează câteva *recomandări*, pe care le prezentăm în continuare.

Codarea manuală

O codare manuală bună este indispensabilă. Să evităm tentația de a nu produce o codare temeinică. Timpul cheltuit pentru o codare completă va fi bine răsplătit, deoarece face sarcina codorilor mai ușoară și mai rapidă – și, în special, asigură o codare de calitate.

Instruirea temeinică a codorilor

Instruirea bună a codorilor este esențială. Chiar codorii experimentați au nevoie să știe scopurile analizei, materialul care va fi codat și sistemul de codare. Ar putea fi necesară chiar instruirea în folosirea software-ului adecvat. Codorii mai puțin experimentați vor avea nevoie de îndrumare în exersarea unei codări bune – ținerea corectă a înregistrărilor, adoptarea tacticilor pentru evitarea erorilor, să știe când să ceară sfatul, și așa mai departe. Toți codorii au nevoie de practică pentru aplicarea sistemului de codare la exemple din materialul care va fi codat.

Testarea sistemului de codare

Testarea poate fi realizată împreună cu instruirea. Testarea făcută cu persoanele care vor face codarea finală oferă oportunitatea corectării problemelor prin redefinirea variabilelor, în special prin stabilirea categoriilor, astfel încât, pe timpul instruirii, codorii pot oferi un feedback direct despre dificultățile pe care le au cu sistemul de codare. Nu există substitut. Testarea asigură, de asemenea, mijlocul pentru a face estimarea preliminară a replicabilității. Într-adevăr, codarea reală nu trebuie să înceapă până când replicabilitatea nu este satisfăcătoare.

Managementul procedurilor

Responsabilitatea codării documentului îi revine unei singure persoane. Cea mai bună alegere este cineva cu experiență în codare, care va realiza o parte a acesteia, dar va deține responsabilitatea întregii activități. De obicei, această persoană asigură primul nivel al rezolvării problemelor care apar: răspunde la întrebările codorilor, rezolvă ambiguitățile referitoare la categorii și ia deciziile preliminare cu privire la înlăturarea documentelor din baza de date.

Dar prin ele însele, aceste tipuri de cercetare textuală nu sunt puternice conceptual ori clarificatoare. Ele pot fi folosite pentru tipurile elementare de analiză de conținut. De exemplu, într-o cercetare am putut identifica ușor cuvintele folosite cu cea mai mare frecvență de către intervievați. O serie de cuvinte au apărut de mai multe ori, de pildă: *coleg/colegă*, *profesor*, *ajutor*, *copii*, *serviciu*, *familie*, care sugerează imediat sfera majoră de preocupare a subiecților. Toate aceste cuvinte le găsim în *unități analitice*, respectiv în *unități de măsură (segmente care pot servi analizei cantitative)* pe care programul ne permite să le stabilim după necesitățile analizei noastre – cuvânt, propoziție sau paragraf etc.

Un asemenea program este, oricum, mai bine gândit în termenii ajutorului potențial în activitatea analitică creativă și imaginativă. Într-o abordare generală a unui program de acest fel, A. Weaver și P. Atkinson spun că un asemenea software

> le dă cercetătorilor posibilitatea de a explora în mod direct datele prin cercetarea itemilor lexicali și analiza conținutului lexical al consemnărilor de teren, interviurilor sau altor documente de interes. Programul produce prompt o listă de cuvinte și astfel putem să examinăm vocabularul folosit de respondenți și, prin aceasta, să determinăm perspectiva în care oamenii văd, înțeleg fenomenul, precum și felul în care dau sens vieții lor de zi cu zi. Similar, putem găsi că un anumit cuvânt domină interviurile cu o anumită persoană ori o anumită confruntare socială, lucru care poate fi analitic semnificativ. De asemenea, aceste programe ne ajută să conducem cercetarea nu numai despre cuvinte particulare, dar și despre combinații de cuvinte. În aceste investigații, cercetătorii pot specifica anumite condiții pentru ca textul să fie găsit, prin folosirea operatorilor booleeni (1994, p. 77).

Programe complexe de analiză calitativă permit ca activitatea de cercetare să fie executată prin combinarea termenilor cu operatorii logici ȘI, ORI sau NU („operatorii booleeni" la care ne-am referit mai sus), dezvoltând astfel, de exemplu, liste de sinonime.

De asemenea, programele ne ajută adeseori să explorăm textele prin recunoașterea caracterelor *wild card*. O cercetare poate fi întreprinsă folosind rădăcina cuvântului plus caracterul *wild card*, capturându-se astfel toate formele termenului respectiv. Ca să dăm un exemplu concret, căutând DEMOCR*, programul ATLAS.ti sau Concordance ne poate ajuta să identificăm toate contextele în care s-a folosit termenul *democrație* într-o serie de articole politice apărute în ziare diferite în timpul campaniei electorale. Prin examinarea sistematică a contextelor în care a fost utilizat

acest termen, analizăm paleta largă a conotaţiilor asociate cu acest termen--cheie. Capacitatea programelor de a regăsi cuvintele selectate ori seriile de cuvinte în context este o funcţie vitală în efectuarea unei sarcini analitice a conţinutului. Subliniem că munca analitică reală este depusă de cercetător. Programul nu este în sine un mod de analiză, ci doar un instrument extrem de util în realizarea fundamentului unei astfel de sarcini.

Hiperlegături (hyperlinks)

Includerea referinţelor transversale (*cross-references*) în text contribuie substanţial la construcţia unei scheme organizate a acestuia. Referinţele transversale electronice pot fi construite cu ajutorul aşa-numitelor *hyperlinks* (hiperlegături) între conceptele, categoriile sau pasajele textului care au legătură între ele. Însă acum, când tehnologiile *hypertext* şi *hypermedia* au ajuns un lucru obişnuit, adeseori se uită că principiile lor de bază sunt larg cunoscute şi aplicate de sute şi mii de ani. Pentru analiza marilor opere literare, a Bibliei şi a altor scrieri religioase sau istorice s-a folosit întotdeauna o asemenea „tehnică".

Aplicaţiile *hypertext* reprezintă un suport pentru o relaţie mult mai interactivă între text şi cititori. Într-un fel, aceştia devin autori ai propriei lor lecturi ; ei nu sunt simpli receptori pasivi ai formei determinate textual. Ilustrăm cu o secvenţă din cercetarea „Parteneriatele şcoală - familie - comunitate : perspectiva profesorilor", în care instrumentul principal de colectare a datelor a fost interviul calitativ în profunzime.

Interpretarea analitică a răspunsurilor la întrebările despre starea parteneriatelor a pus în lumină folosirea de către unii subiecţi a „limbii de lemn", încercându-se astfel surmontarea obiectivităţii relatărilor lor. Reţeaua semantică din figura 7.2 prezintă analiza de tip *hypertext* a spuselor unui subiect ce ilustrează „limba-fantomă" (Thom, 1993), prin care se încearcă o cosmetizare a realului social.

Identificăm aici o semnificativă sechelă a gândirii de tip orwellian din societatea românească de azi, unde încă mulţi oameni gândesc şi vorbesc în tiparele „limbii de lemn" pentru a escamota realitatea. În exemplul dat, manifestarea acestui fenomen este, pe de o parte, o consecinţă a lipsei de cunoştinţe a intervievaţilor despre ce înseamnă cu adevărat teoria şi practica parteneriatelor şcoală-familie-comunitate, iar pe de altă parte, este o dovadă în plus a caracterului formal al funcţionării acestora în sistemul de învăţământ preuniversitar.

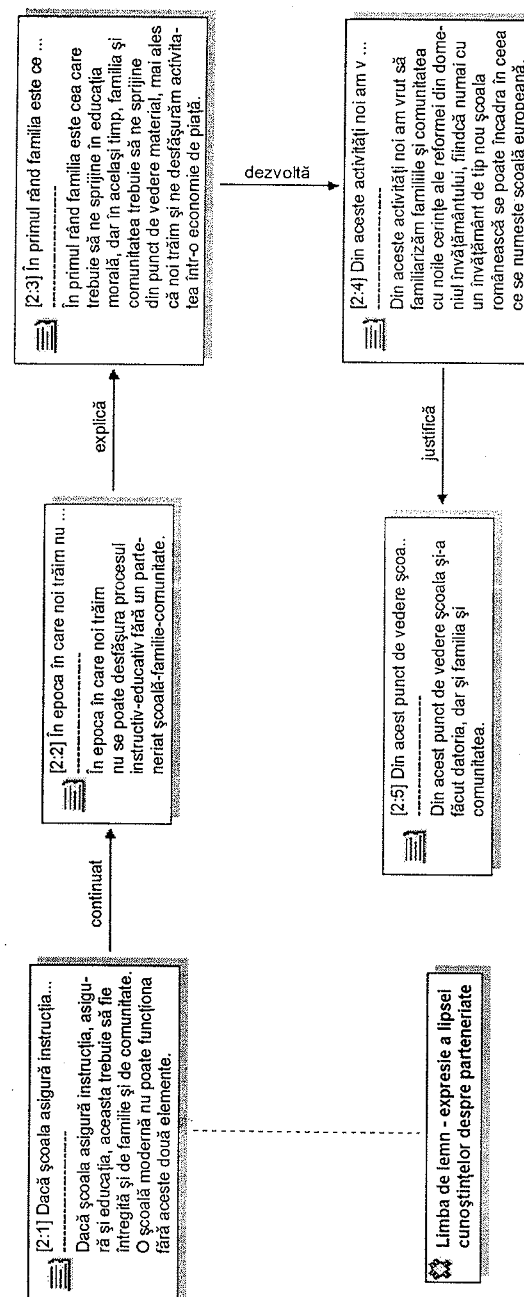


Figura 7.2 – *„Limba de lemn"* *(exemplu)* (reţea semantică)

Hypermedia asigură un context puternic pentru lucrul cu informaţii vizuale sau audio. Este posibil, de exemplu, să construim un context *hypermedia* în care legăturile nu sunt stabilite numai între segmente de text, dar şi între text şi date de altă natură, inclusiv materiale audio şi vizuale, cum ar fi imagini video sau fotografii.

Astfel de tehnici relativ simple pentru managementul datelor în analiza de conţinut nu trebuie considerate lipsite de însemnătate. Ele deschid cercetătorilor posibilităţi remarcabile. Tehnicile au o semnificaţie metodologică bogată, deoarece permit să se facă uşor compararea pasajelor de text şi/sau segmentelor audio sau a diverselor imagini pentru a surprinde similarităţi, contradicţii, argumentări în sprijinul ideilor afirmate sau negate în diferite alte locuri ale textului cercetat.

ANEXE

Anexa 1

Problemele învăţământului superior în cotidiene: o analiză de conţinut

Abordarea ştiinţifică a comunicării este determinată în principal de faptul că presa şi celelalte mijloace media reprezintă vehicule ce reuşesc să construiască imaginea unei probleme sociale şi să o acrediteze ca atare în spaţiul public, devenind astfel o problemă de interes social. În acest sens, analiza de conţinut este o metodă utilă care descoperă şi descrie interesul asupra căruia se concentrează atenţia individuală, de grup, instituţională sau socială.

Relativ recentele descoperiri tehnologice creeză noi provocări şi oportunităţi pentru cercetarea comunicării. Ziarele electronice şi arhivele lor, alte situri care publică şi arhivează documente de interes public, precum şi posibilitatea scanării textelor sunt doar câteva dintre invenţiile care au rezolvat multe probleme ce au afectat analiza de conţinut de-a lungul anilor. În plus, cu ajutorul pachetelor software specializate a devenit mai uşor să studiem producerea termenilor specifici într-un număr mare de texte. Aşadar, pentru cercetătorii care doresc să examineze textele mai mult decât prin simpla numărare a frecvenţelor cuvintelor, analiza de conţinut a devenit acum un proces laborios de realizare a unor scheme de codare credibile şi de aplicare a raţionamentelor umane.

Scopul şi întrebările studiului

Scopul studiului este să identifice problemele învăţământului superior pe care două cotidiene naţionale – *Adevărul* şi *Curentul* – le abordează prioritar în paginile lor. Analiza de conţinut urmăreşte astfel să stabilească problemele

învăţământului universitar românesc ce devin publice şi care, probabil, constituie un set de teme asupra cărora putem să reflectăm, să luăm decizii şi să întreprindem acţiuni. Pentru a atinge scopul propus, analiza de conţinut încearcă să răspundă la următoarele întrebări :

- Care sunt problemele învăţământului superior pe care ziarele aleg să le trateze ?
- Care sunt caracteristicile articolelor în termenii dimensiunii lor şi a categoriilor de subiecte pe care le abordează ?
- Care sunt formele relatărilor prezentate opiniei publice ?
- Ce atitudine manifestă ziarele faţă de subiectele abordate ?
- Care sunt relaţiile dintre variabilele menţionate mai sus ?

Alegerea eşantionului şi mărimea lui

Pentru a alege eşantionul, mai întâi trebuie să aflăm, cel puţin aproximativ, cantitatea relatărilor jurnalistice care acoperă subiectul propus, deoarece aceasta reprezintă un indicator al gradului de interes al cotidienelor faţă de problema aflată în studiu. În acest sens, intuitiv, ne-am aşteptat să găsim diferenţe în privinţa interesului manifestat de diferite ziare ; documentarea on-line a confirmat această presupoziţie. Din acest motiv, ne-am oprit doar la două cotidiene ce publică relativ constant articole despre învăţământul superior.

Din păcate, nu există un set de criterii acceptate pentru alegerea dimensiunii eşantionului. Oricum, sunt tehnici suficient de bune pentru determinarea corespunzătoare a mărimii acestuia. În unele cercetări s-au testat dimensiuni variate ale eşantionului pentru aplicaţii specifice analizei de conţinut. De pildă, G.H. Stempel (1952) a găsit că pentru studierea unei populaţii formate din apariţiile unui ziar de-a lungul unui an este suficient să identificăm articolele din două săptămâni, selectate în mod sistematic. Raportându-ne într-un fel la această procedură, am ales anul 2001 şi am constatat că două cotidiene – *Adevărul* şi *Curentul* – publică constant articole semnificative referitoare la învăţământul superior. Ne-am oprit la luna ianuarie, deoarece am considerat că sistemul de învăţământ superior nu s-a confruntat cu probleme deosebite în această perioadă, de pildă o grevă a cadrelor didactice. Am ales un eşantion de 33 de articole, dintre care 21 publicate în *Adevărul* şi 12 în *Curentul*. Dimensiunea redusă a eşantionului produce limite inerente analizei, dar abordarea unei cercetări

pe baza unui eşantion de dimensiuni mari, aşa cum am spus în altă parte, este dificilă şi necesită un timp îndelungat.

Metoda

Unitatea de analiză şi modul de măsurare a variabilelor

Articolul reprezintă unitatea de analiză a studiului. Pentru analiza de conţinut a articolelor din eşantion, am identificat 15 variabile : dimensiunea articolelor (numărul total de cuvinte, numărul cuvintelor unice şi rata celor două cantităţi), forma prezentării, atitudinea exprimată şi opt teme ce sunt abordate prioritar de cotidiene, definite fiind de frecvenţa termenilor--cheie.

Unele variabile pot fi măsurate obiectiv, cum ar fi dimensiunea articolelor şi frecvenţa termenilor-cheie. Alte variabile reclamă o codare bazată pe ceea ce K.A. Neuendorf (2002, p. 10) numeşte „obiectivitate intersubiectivă", cum sunt atitudinea exprimată (pozitivă, neutră, negativă) şi forma de prezentare a informaţiilor opiniei publice (dramatizat sau narativ, relatare obiectivă, analiză critică). Aceste variabile au fost codate de doi codori, iar acordul intercodor[1] a fost verificat prin calculul coeficientului kappa al lui Cohen în cazul variabilei nominale „forma prezentării" şi a coeficientului rho Spearman pentru variabila ordinală „atitudinea" (tabelul 1).

Tabelul 1 – *Coeficienţii acordului intercodor*

Cohen's Kappa				**Spearman Rho**			
	Variable	Variable 1	Average		Variable	Variable 1	Average
Coder Pair				Coder Pair			
1, 2		0,90	0,90	1, 2		0,94	0,94
Average		0,90	0,90	Average		0,94	0,94

1. Pentru această operaţiune se pot folosi oricare dintre următoarele programe specializate : Agree, Krippendorff's alpha 3.12a sau Pram.

Analiza

Este clar că problemele care se întrepătrund în sistemul de învăţământ superior au faţete multiple şi sunt abordate din puncte de vedere diferite. De aceea poate fi foarte dificil să decidem aprioric asupra temelor fundamentale relatate de cotidiene. Pentru a depăşi acest obstacol, primul pas a fost alegerea *termenilor-cheie* care generează temele (variabilele), adică *termenii ce se asociază şi creează un înţeles, o reprezentare coerentă a unei probleme sau a unei poziţii faţă de ea.* Termenii-cheie sunt folosiţi frecvent şi constant pentru a indica semnificaţii pline de înţeles.

Pentru a identifica, măsura şi compara termenii-cheie care generează temele conceptuale ce reprezintă variabilele care urmează să fie studiate, am folosit un program specializat[1]. Desigur că procedura computerizată de alegere a termenilor-cheie se bazează mai mult pe valoarea informaţiei matematice decât pe înţelesul lor subiectiv. Ea presupune că un cuvânt este indicatorul unei teme într-un text în măsura în care acesta are o frecvenţă relativă ridicată. De exemplu, în studiul nostru, termenul „student" sau „universitar" are o frecvenţă ridicată în articolele din eşantion, iar faptul că se relaţionează prin producerea lor în proximitatea altor termeni (rector, decan, ministru etc.) ne-a determinat să stabilim variabila „actori sociali".

Programul de computer automatizează această logică folosind indicatorul statistic „χ^2". În mod specific, programul calculează producerea valorilor aşteptate ale unui cuvânt într-un articol pe baza procentajului acelui cuvânt din ansamblul combinat al articolelor. El compară apoi această aşteptare cu numărul real al producerii în fiecare articol. Aceste valori sunt folosite în mod obişnuit în formula lui „χ^2" (diferenţa pătratului valorilor observată şi aşteptată, împărţită la valoarea aşteptată şi suma determinată de-a lungul tuturor cazurilor). În acest studiu, calculele au fost realizate pentru primii 200 de termeni cu cea mai ridicată frecvenţă din cele două seturi de articole alese din *Adevărul* şi *Curentul* ce alcătuiesc eşantionul. Pentru exemplificare, prezentăm doar capul tabelului şi primul rând, aşa cum au fost produse de program.

1. CATPAC, Concordance 2.0, Text Smart, VBPro, Diction 5.0, INTEXT 4.1, Word Stat 4.5, ATLAS.ti sau ConcApp.


```
Percentage of terms in file A, Adevarul.alf, are
greater than in file B, Curentul.alf.
 Word Chi-Square A% B% % Difference
 1. rector 12.402 0.238 0.000 0.238
 ...
Percentage of terms in file B, Curentul.alf, are
greater than in File A, Adevarul.alf.
 Word Chi-Square A% B% % Difference
 1. particulare 17.631 0.079 0.480 -0.400
 ...
```

Termenii care au primit valorile „χ^2" cele mai ridicate au fost examinaţi şi cuvintele-funcţii (articole, prepoziţii, conjuncţii şi verbe auxiliare) au fost eliminate, neluându-se în consideraţie. Astfel de cuvinte-funcţii pot avea un indicator statistic „χ^2" foarte ridicat chiar dacă nu au înţeles de sine stătător. Am ales apoi cuvintele (termeni-cheie) cu rangul „χ^2" cel mai înalt, altele decât cuvintele-funcţii. Următorul pas a fost să restrângem lista termenilor ce se produc împreună relativ constant în textul articolelor şi creează contexte consistente în care sunt formulate poziţiile sursei (autorul articolului). În acest fel creăm *categorii cluster* ce reprezintă temele abordate, respectiv variabilele ce trebuie studiate. Unii autori le numesc *variabile master*, deoarece au în vedere că fiecare termen-cheie cuprins în categoria cluster reprezintă o variabilă. În continuare am elaborat un dicţionar al codurilor pentru calculul frecvenţei termenilor din fiecare articol. Subliniem că, în funcţie de particularităţile textelor analizate, se pot folosi mai multe dicţionare (liste). Dicţionarul construit pe baza procedurii de mai sus cuprinde opt variabile master, fiecare cu un număr de termeni-cheie. Aceste variabile sunt : actori sociali, organizaţii şi instituţii, viaţa academică, proces de învăţământ, acreditare, cercetare, finanţare şi management.

Pe baza dicţionarului construit, programul a generat frecvenţa termenilor-cheie ce definesc categoriile cluster pentru fiecare unitate de analiză, iar în final prezintă totalul termenilor din propoziţii şi cazuri, precum şi procentul lor, aşa cum putem observa în exemplul de mai jos. Procedura presupune ataşarea de etichete (*tags*) în texte cu numele categoriei sub care se colectează frecvenţa termenilor-cheie. Rezultatele au fost introduse apoi în programul SPSS.

```
Search Summary
Date:09-04-2003 Time: 12:55:58
File Searched: presa.frm Search File: dict.asc
Tags, Search Terms and Frequency:
...

>ORGANIZATII SI INSTITUTII<
 parlament* : 2
 guvern* : 3
 MEC : 30
 CNEAA : 23
 CNFIS : 3
 CNR : 7
 institut* : 48
 minister* : 7
 universit* : 111
 facultat* : 23
...

Total found, capitals significant..: 1280
Total Sentences...................: 451
 Number containing search terms : 364
 Percent containing search terms: 80.71
Total Cases.......................: 33
 Number containing search terms : 33
 Percent containing search terms: 100.00
```

Rezultate

Pentru analiza corelaţiei, variabila nominală „atitudinea" a fost recodată într-o variabilă ordinală (1 – negativă, 2 – neutră, 3 – pozitivă), iar variabila „forma prezentării", într-o variabilă dihotomică (1 – analiza critică, 0 – toate celelalte). Cotidienele au servit ca variabile independente, iar categoriile cluster au constituit variabilele dependente. De asemenea, am făcut analiza corelaţiei folosind dimensiunea articolelor ca variabilă independentă şi variabilele „forma prezentării" şi „atitudinea" ca variabile dependente. Pentru analiza variabilelor nominale am utilizat tabele încrucişate. În sfârşit, am încercat o analiză de regresie folosind ca predictori variabilele „dimensiunea articolelor" şi „analiza critică" pentru a explica variabila dependentă „atitudinea", dar semnificaţia indicatorilor statistici a arătat că modelul a eşuat.

Dimensiunea articolelor

În general, există diferenţe între articole privind dimensiunea lor, lucru ce era de aşteptat. Constatăm că articolele publicate în *Curentul* au dimensiuni mai mari (fig. 1), lucru ce poate sugera că abordează problemele mai consistent. Intuiţia poate fi validată prin analiza de conţinut calitativă.

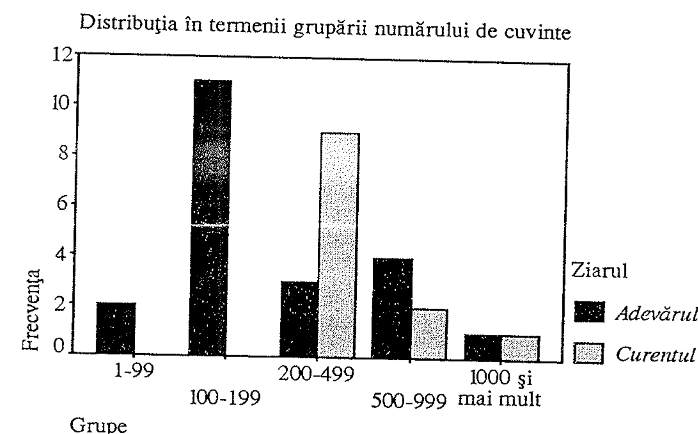


Figura 1 – *Dimensiunea articolelor*

Pe lângă numărarea tuturor cuvintelor din fiecare unitate de analiză a eşantionului, softul folosit numără şi cuvintele unice şi calculează raportul dintre cele două cantităţi. În cazul studiului nostru, rezultatul a fost următorul :

```
The file contains:
 3156 Types
 11564 Tokens
Type/Token Ratio=.2729
Occurence Rates of Tokens
 208 occured 8 or more times
 42 occured 7 times
 53 occured 6 times
```

```
68 occured 5 times
132 occured 4 times
206 occured 3 times
520 occured 2 times
1921 occured 1 time
```

Există 3.156 de cuvinte tipice (unice) şi 11.564 de cuvinte care se repetă până la mai mult de opt ori. Raportul dintre cele două cantităţi este de 0,2729. Analiza corelaţiei dintre variabila „dimensiunea articolelor" şi oricare dintre variabilele master ne arată că toţi coeficienţii calculaţi folosind numărul cuvintelor unice (mai puţin numeroase) sunt mai mici decât atunci când îi calculăm folosind numărul total de cuvinte din fiecare caz. Prin urmare, ipoteza formulată de H.P. Luhn se verifică, adică se justifică măsurarea prin folosirea frecvenţei pentru a afla „un aspect al subiectului".

Am găsit că variabila „dimensiunea articolelor" este corelată semnificativ ($p < 0,01$) cu variabila „analiza critică" ($rho = 0,567$) şi corelată negativ ($rho = -0,533$) cu variabila „atitudinea". Dimensiunea articolelor nu are nici o relaţie semnificativă cu variabila „forma de prezentare".

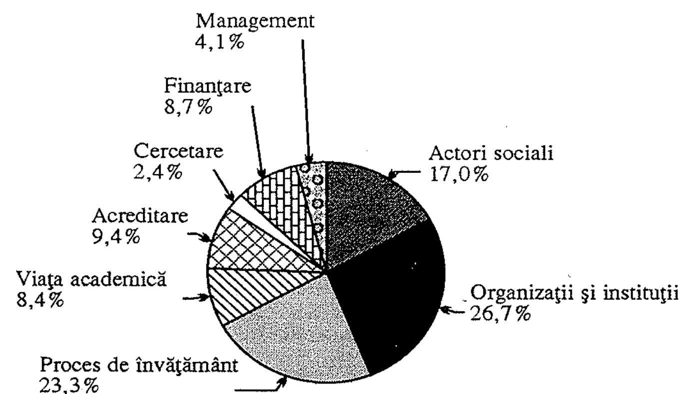


Figura 2 – *Distribuţia cuvintelor-cheie în termenii temelor*

Teme

Aici răspundem la întrebarea cercetării : Care sunt problemele învăţământului superior pe care ziarele aleg să le trateze ? După cum am mai spus, analiza fiecărui articol cu ajutorul software-ului pe baza dicţionarului

construit produce distribuţia termenilor-cheie şi, totodată, identifică temele (problemele) învăţământului superior abordate prioritar în cotidiene (fig. 2). Observăm că interesul articolelor se concentrează asupra actorilor sociali şi, implicit, asupra organizaţiilor şi instituţiilor sistemului de învăţământ, cele două variabile cumulând 43,7%. Variabila „proces de învăţământ", cu 23,3%, deţine şi ea o pondere semnificativă ca temă în articolele cotidienelor.

Cele opt variabile master sunt similare în câteva aspecte : măsoară entităţi asemănătoare, unităţile de măsură sunt identice, la fel şi scalele de măsură. Acest lucru ne permite să le comparăm folosind media (fig. 3).

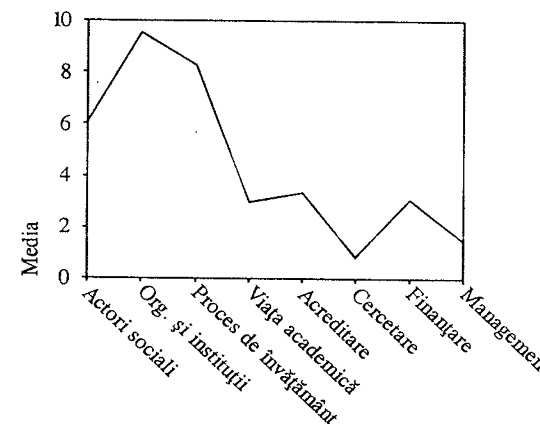


Figura 3 – *Comparaţia variabilelor în termenii mediei*

Se observă că cea mai ridicată medie a termenilor-cheie o au cele trei teme majore deja semnalate : actori sociali, organizaţii şi instituţii, proces de învăţământ. Media celorlalte variabile se plasează semnificativ mai jos, ceea ce corespunde procentajelor din figura 2.

Testele au arătat că nu putem presupune normalitatea variabilelor master, aşa încât, pentru a compara distribuţia termenilor, folosim testul statistic nonparametric K. El produce statistica descriptivă a variabilelor ce permite comparaţia lor, rangurile mediei şi indicatorii statistici ai testului Friedman, care arată că este semnificativ ($p<0,01$).

Ranguri

	Rangul mediei
Actori sociali	5,70
Organizaţii şi instituţii	6,52
Proces de învăţământ	5,95
Viaţa academică	4,00
Acreditare	3,42
Cercetare	2,89
Finanţare	4,36
Management	3,15

Testul Friedman

N	33
Chi-Square	80,916
df	7
Asymp. Sig.	,000

Cu testul statistic nonparametric K nu putem declara ferm că „mediile sunt egale/inegale", aşa cum facem cu testul T. Ca un compromis, putem spune că „testul nonparametric este mai potrivit când presupunerea normalităţii nu este posibilă, dar testul nu produce un rezultat la fel de bogat ca testul T". Toate variabilele master se corelează cu variabila „dimensiunea articolelor" în maniera arătată în tabelul 2.

Tabelul 2 – *Coeficientul de corelaţie a variabilelor master cu dimensiunea articolelor*

	Dimensiunea articolelor	Actori sociali	Organizaţii şi instituţii	Proces de învăţământ	Viaţa academică	Acreditare	Cercetare	Finanţare	Management
Dimensiunea articolelor	1,000	0,658 *	0,726 **	0,392 *	0,438 *	0,444 **	0,667 **	0,552 **	0,360 *

** Corelaţia este semnificativă la $p<0,01$
* Corelaţia este semnificativă la $p<0,05$

în profunzime. Selectarea materialului urmează criterii care sunt definite în prealabil, dar poate fi realizată şi treptat, pe parcursul cercetării.

Adeseori, totuşi, aplicarea regulilor formulate de Ph. Mayring se dovedeşte cel puţin la fel de costisitoare ca şi alte proceduri. În special datorită schematizării procedurii şi modului în care sunt ordonate etapele, perspectiva este puternic marcată de idealul metodologiei cantitative. Categorizarea rapidă şi eficientă a textului cu ajutorul categoriilor care vin din afara textului şi sunt bazate pe teorii poate mai degrabă să obtureze vederea asupra conţinutului textului decât să uşureze sondarea în profunzime a acestuia. Ca şi în cazul altor metode, interpretarea textului se realizează mai mult schematic, în special când se foloseşte tehnica analizei de conţinut explicative, fără a ajunge cu adevărat în profunzimea textului. O altă problemă o reprezintă utilizarea parafrazelor, la care se recurge nu numai pentru a explica textul de bază, ci şi ca substitut al acestuia – în principal în cazul analizei de conţinut rezumative.

Procedura analizei de conţinut structurate – regândită de Ph. Mayring (2000) ca „modelul pasului" – are două aspecte centrale: dezvoltarea categoriei inductive şi aplicarea categoriei deductive.

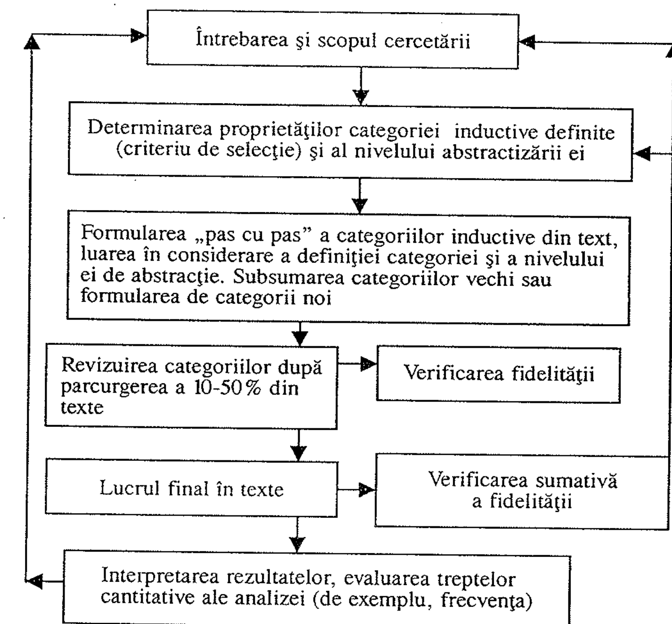


Figura 5.1 – *Dezvoltarea categoriei inductive*

Dezvoltarea categoriei inductive

Analiza cantitativă de conţinut clasică are puţine răspunsuri la întrebarea : de unde vin categoriile, cum este dezvoltat sistemul acestora ? În abordarea calitativă, interesul central este de a dezvolta aspectele interpretării – iar pentru aceasta, categoriile trebuie să fie cât mai aproape de text, formulate, pe cât posibil, în termenii acestuia.

Principala idee a procedurii este să formulăm un criteriu al definiţiei, derivat din întrebarea cercetării şi din teoriile care determină aspectele materialului textual supus analizei. Urmând acest criteriu, materialul este analizat şi categoriile sunt tentative deduse pas cu pas. Le revizuim printr-un „proces iterativ de permanent feedback" (Iluţ, 1997, p. 166) şi, în cele din urmă, le reducem la categoriile principale şi le verificăm în raport cu fidelitatea lor. Dacă întrebarea cercetării sugerează aspecte cantitative (de exemplu, frecvenţa categoriilor), acestea pot fi analizate.

Aplicarea categoriei deductive

Folosirea categoriei deductive se întemeiază pe procedura precedentă, analizează aspectele teoretice derivate şi le aduce în conexiune cu textul.

Etapa calitativă a analizei constă în atribuirea, metodologic controlată, a categoriei la un pasaj de text. Principala idee este să dăm definiţii explicite, exemple şi reguli de codare pentru fiecare categorie deductivă, determinând cu exactitate în ce împrejurări un pasaj de text poate fi codat cu o categorie. Categoriile definite sunt puse împreună într-o carte (listă) de coduri, iar apoi se verifică fidelitatea codării. Definiţiile categoriilor, a pasajelor de text tipice şi a regulilor pentru distingerea diferitelor categorii au fost formulate din punctul de vedere al teoriei şi al textului, completate pas cu pas şi ameliorate prin procesul analitic iterativ.

Cel mai important este să dăm definiţii explicite, exemple şi reguli de codare pentru fiecare categorie deductivă, să determinăm cu exactitate în ce circumstanţe un pasaj de text poate fi codat cu o anumită categorie. Definiţiile categoriilor sunt puse laolaltă în cartea codurilor.

Credem că „modelul pasului" al lui Ph. Mayring are multe lucruri în comun cu *Grounded Theory*, una dintre cele mai importante metode de analiză calitativă a datelor din cercetarea socială contemporană.

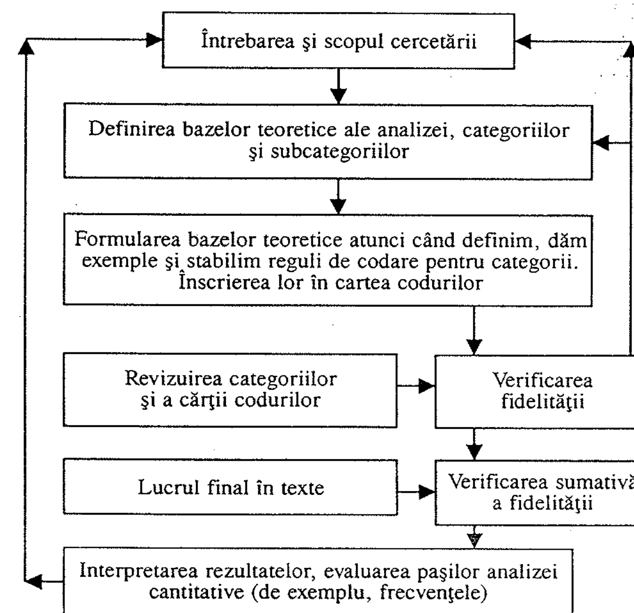


Figura 5.2 – *Aplicarea categoriei deductive*

Interjoc al experienţei, inducţiei şi deducţiei, *Grounded Theory* – denumire pentru care este greu de găsit un echivalent lingvistic adecvat în limba română, motiv pentru care folosim denumirea în limba engleză – are două componente aflate în relaţie reciprocă: (1) descoperirea sistematică a teoriei din date şi (2) aplicarea teoriei la date. De exemplu, cercetătorul examinează orientările ziarelor faţă de schimbarea sistemului de impozitare.

- Mai întâi citeşte fiecare articol şi se întreabă care sunt favorabile şi care sunt defavorabile noului sistem.
- Decizia de a eticheta un articol pro sau contra s-a bazat pe folosirea anumitor termeni, pe prezentarea rezultatelor unor studii de specialitate sau pe afirmaţiile făcute de anumite persoane particulare (care ?) ?
- Poziţiile articolelor indicate au fost mai clare prin conţinutul lor manifest sau prin conţinutul implicit ?

Răspunsurile la aceste întrebări conduc la categorii inductive formate din unităţi variate de conţinut şi la aplicarea categoriilor deductive care, la rândul lor, generează mai multe categorii inductive.

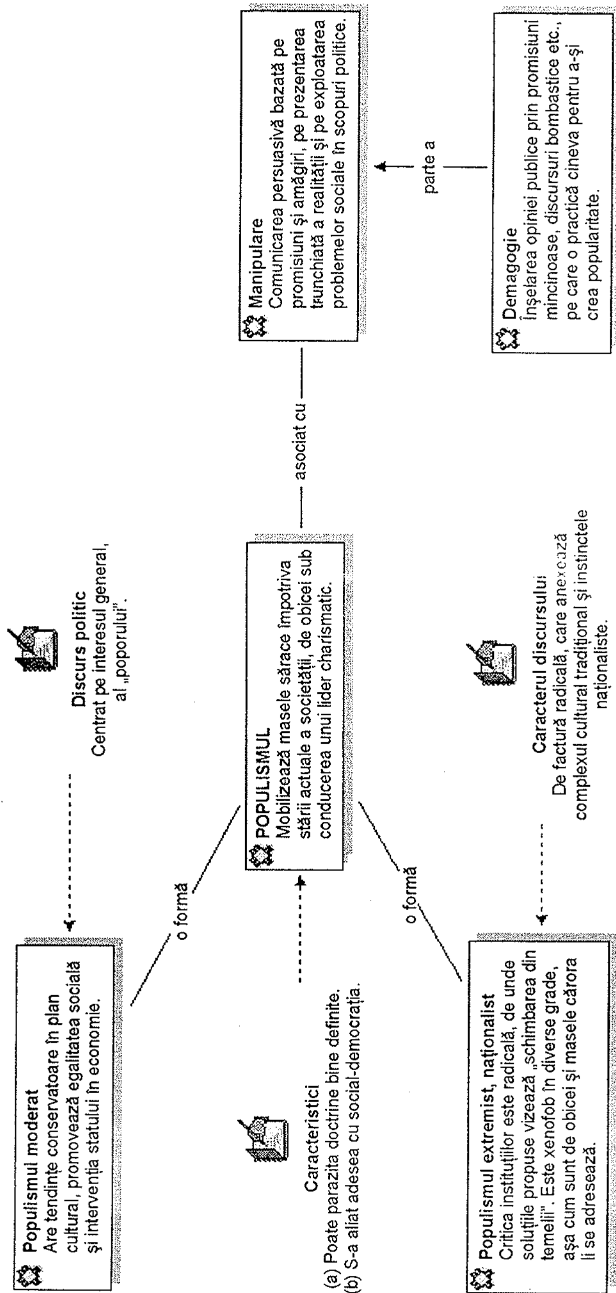


Figura 5.3 - *Populismul - pattern al discursului candidaţilor la preşedinţie* (reţea semantică)

O asemenea metodă de lucru a fost folosită în cercetarea modului în care presa a perceput discursurile candidaţilor la alegerile prezidenţiale din 2000 (Agabrian, 2001a). Analiza conţinutului articolelor cuprinse în eşantion a arătat că populismul este unul din patternurile manifeste ale discursului candidaţilor la preşedinţie (fig. 5.3).

Luând în considerare contextul macrosocial în care s-a desfăşurat această campanie, în primul rând starea precară a economiei româneşti şi standardul de viaţă sub pragul sărăciei a unui procent însemnat de oameni, din analiză au reieşit două tipuri de politică populistă şi, implicit, de discurs politic : populismul moderat şi populismul extremist, naţionalist. Primul tip a izvorât din idei de felul „compătimeşte şi înfierează cu măsură", „HG-uri populiste" sau „le vorbeşte pe înţeles şi îi compătimeşte". Cel de al doilea tip, populismul de natură extremistă, invocă idei de genul „lovitură de stat", „execuţii, ghetoizări, naţionalizări" sau „starea de necesitate".

Accente caracteristice discursului populist, de un tip sau altul, le găsim, într-o măsură mai mare sau mai mică, la toţi candidaţii la preşedinţie. Tocmai situaţia dificilă în care se găsesc mulţi oameni a alimentat promisiunile electorale care nu au ţinut cont de posibilităţile reale de a fi puse în practică. Paleta de expunere a lor se întinde de la culorile trandafirii ale discursului populist moderat la tenebroasele sentinţe de natură extremistă pentru îndreptarea actualei stări de lucruri. Dar ambele tipuri de discurs au însemnat, într-o anumită măsură, manipularea alegătorilor, iar demagogia a constituit un instrument important în acest sens.

Concluzii

În analiza de conţinut calitativă am intenţionat să descriem procedurile analizei de text sistematice, care încearcă să prezerve puterea analizei de conţinut din ştiinţa comunicării caracterizată prin control metodologic. Procedurile prezentate permit conexiunea cu paşii analizei cantitative, în cazul în care acest lucru pare raţional pentru analist. Tehnicile şi procedurile analizei de conţinut calitative par mai puţin potrivite dacă se lucrează cu categorii ce pot fi restrictive sau dacă analiza este planificată holistic, fără o evoluţie pas cu pas.

Analiza de conţinut calitativă poate fi combinată cu alte proceduri calitative. Întrebarea cercetării şi caracteristicile materialului trebuie să fie prioritare în stabilirea metodelor adoptate. Este indicată o discuţie despre

metode în acord cu domeniile specifice de analiză de conţinut şi, apoi, să se compare diferitele abordări metodologice (de exemplu, abordările cantitative).

În general, analiza de conţinut realizată pentru a obţine răspunsuri la întrebările ce se pun datelor textuale dobândeşte avantaje evidente dacă foloseşte atât analiza tradiţională cantitativă, cât şi forme de analiză calitativă. În acest sens, ea a integrat în mod treptat şi logic, pe lângă abordarea cantitativă conceptuală şi relaţională, şi analiza calitativă, lucru ce ilustrează o dată în plus depăşirea falsei dihotomii dintre cantitativ şi calitativ în cercetarea sociologică.

Capitolul 6

Problemele fidelităţii, validităţii şi generalizării

Un element vital în analiza de conţinut este consecvenţa cu care codori diferiţi înregistrează informaţia în acelaşi fel şi fac judecăţi similare despre text. Eşecul cercetătorului de a asigura fidelitatea, adică o analiză replicabilă, poate pune sub semnul întrebării credibilitatea ştiinţifică a rezultatelor analizei de conţinut. Ca să depăşească această dificultate, cercetătorii trebuie să precizeze explicit etapele care asigură acordul inter- sau intracodor.

> Pentru a face inferenţe valide într-un text, important este ca procedura de codificare să fie fidelă în sensul constanţei: persoane diferite să codeze acelaşi text în acelaşi mod (Weber, 1990, p. 12).

R.Ph. Weber arată că problemele de fidelitate sunt legate de obicei de ambiguitatea sensurilor cuvintelor, definiţiilor categoriale sau a altor reguli de codare.

În efectuarea unei analize de conţinut există o discrepanţă între nivelul fidelităţii şi înţelesul informaţiei pe care îl relevă analiza. E uşor de obţinut o fidelitate ridicată când se utilizează cuvinte în calitate de categorii de codare, însă cuvintele nu au întotdeauna înţeles dacă sunt scoase din context.

> Geller a demonstrat că mărimea contextului influenţează rezultatele cercetării. De exemplu, când încercăm să efectuăm o judecată evaluativă a termenului *democraţie*, atât rezultatele, cât şi inferenţele care se pot face variază mult în funcţie de unitatea de context, care poate fi o propoziţie, o frază, un paragraf sau articolul întreg. Pe măsură ce unitatea de context creşte, judecăţile evaluative tind să se polarizeze (Krippendorff, 1969, p. 59).

Gradul de fidelitate al unui studiu se referă la : (a) *stabilitate*, tendința ca diferiți codori să recodeze consistent aceleași date, în același fel, într-o perioadă de timp precizată ; (b) *replicabilitate*, tendința ca un grup de codori să clasifice categoriile dintr-un text în același mod ; și (c) *acuratețe* (exactitate, corectitudine), gradul în care categorizarea unui text corespunde unui standard sau norme statistice.

Problema fidelității depinde de natura umană inerentă a cercetătorilor. Din acest motiv, devine clar că erorile de codare pot fi doar reduse, nu eliminate, și de aceea limita acceptabilă a fidelității este plasată, de la autor la autor, între 70% și 90%.

Un aspect important pentru evaluarea calității analizei de conținut este în ce măsură rezultatele sunt reproductibile. Cunoscut ca *acord intercodor*, acest aspect arată cât de bine doi sau mai mulți codori ajung la aceleași evaluări în codarea datelor. Același lucru este valabil și pentru un singur codor care, pentru a realiza *acordul intracodor*, reia evaluarea după un anumit interval de timp. Cel mai simplu și mai utilizat indicator al acordului intercodor este proporția simplă a acordului observat :

$$P_o = \frac{n_a}{n_o}$$

unde :
P_o = proporția acordului observat
n_a = numărul acordurilor
n_o = numărul observațiilor.

Tabelul 6.1 – *Coduri aplicate de doi codori*

Codor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
B	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0

În tabelul 6.1, codorii A și B au atribuit fiecare etichete categoriilor de 0 sau 1 la un total de 10 unități de înregistrare. Ei sunt de acord cu 6 din 10 cazuri, astfel că :

$$P_o = \frac{6}{10} = 0,6$$

Deși este un indicator simplu, proporția acordului observat nu este acceptabilă, deoarece nu explică posibilitatea acordului prin șansă. Acest lucru este important deoarece dacă doi codori atribuie coduri în mod aleatoriu, există probabilitatea ca, într-o anumită măsură, să obțină acord. Aici avem de-a face cu o măsură simplă, înșelătoare, a acordului asupra felului în care este atribuit un cod. Proporția acordului rezultat este o tendință de supraestimare a adevăratului nivel al acordului. Pentru a corecta acest lucru, folosim coeficientul statistic kappa pentru variabilele nominale sau coeficientul alfa al lui K. Krippendorff pentru variabilele ordinale – amândouă arată măsura cantității acordului dintre codori după ajustarea statistică pentru acordul datorat șansei.

Avem în vedere că procentul acordului așteptat apărut prin șansă poate fi calculat și folosit pentru o estimare mai bună a acordului intercodor. Proporția acordului prin șansă este destul de ușor de calculat când datele sunt prezentate ca în tabelul 6.2. Fiecare pereche a observațiilor de la codorii A și B vor cădea în una dintre cele patru celule : (1) A și B sunt de acord că codul este 0 ; (2) A codează 0 și B codează 1 ; (3) A codează 1 și B codează 0 ; și (4) A și B sunt de acord că codul este 1. Dacă vom calcula numărul cazurilor fiecărei perechi, rezultatele pot fi prezentate ca în tabelul menționat.

Tabelul 6.2 – *Concordanța observată a codurilor*

Codarea lui A / Codarea lui B	0	1	Total
0	5	3	8
1	1	1	2
Total	6	4	10

Această metodă implică examinarea acordului referitor la modul în care fiecare cod separat a fost folosit de cei doi codori sau de același codor (în ultimul caz, numai după scurgerea unei perioade de timp de cel puțin două-trei zile). Ca să facem acest lucru, construim un tabel de contingență 2×2 care indică prezența sau absența unei aprecieri a celor doi codori de-a lungul celor 10 cazuri. Sunt două celule de concordanță : celula din stânga-sus indică de câte ori ambii codori au atribuit codul, iar celula din dreapta-jos arată de câte ori cei doi codori nu au atribuit codul la un

răspuns. Cele două celule discordante arată de câte ori un cod a fost atribuit de un codor, dar nu şi de celălalt.

Se calculează proporţia acordului datorat şansei, care diferă de proporţia acordului observat, fiind apoi folosit la estimarea acordului intercodor numit coeficientul kappa al lui J. Cohen:

$$K = \frac{P_o - P_ș}{1 - P_ș},$$

unde:

P_o = proporţia unităţilor observate cu care codorii sunt de acord

$P_ș$ = proporţia unităţilor pentru care acordul aşteptat depinde de şansă.

În practică, valoarea lui kappa poate fi interpretată ca proporţia acordului dintre codori după calculul şansei (Choen, 1960). $K = 0$ nu înseamnă că deciziile codării sunt incompatibile, astfel încât să fie fără valoare; mai mult, $K = 0$ poate însemna că deciziile nu sunt mai compatibile decât ne putem aştepta pe baza şansei, iar $K < 0$ dezvăluie că acordul observat este mai slab decât cel aşteptat numai pe baza şansei.

Unii autori spun că un coeficient de 0,61 reprezintă o măsură generală rezonabilă a acordului. Alţi autori sugerează următoarele standarde de referinţă pentru interpretarea lui kappa:

Coeficientul kappa	Puterea acordului
< 0,00	calitate slabă
0,00-0,20	slab
0,21-0,40	acceptabil, satisfăcător
0,41-0,60	moderat
0,61-0,80	substanţial
0,81-1,00	aproape perfect

Acordul intercodor ca măsură a fidelităţii

Acordul între codori le indică cercetătorilor gradul în care aceştia pot fi consideraţi instrumente de măsură a fidelităţii. Un grad ridicat al acordului fidelităţii înseamnă că mai mulţi codori au codat în aceeaşi manieră. Fidelitatea codorilor este importantă în special când datele sunt analizate statistic. Dacă codorii sunt în dezacord, atunci datele vor fi lipsite de acurateţe. Discrepanţele dintre codori sunt considerate erori şi afectează calculele analizei. De asemenea, acordul intercodor ca fidelitate este important pentru sarcina de regăsire a segmentelor de text. După codare, în mod obişnuit, cercetătorul vrea să caute segmentele de text atribuite unui cod anume. Având mai mulţi codori care au marcat documentele, creşte probabilitatea de a găsi mai multe segmente de text aparţinând temei date.

Acordul intercodor ca validitate

S-a observat că majoritatea analizelor calitative folosesc, pentru măsurarea *validităţii de construct*, mai mult acordul intercodor decât măsurarea fidelităţii. Demonstrarea că mai mulţi codori pot marca acelaşi text ca aparţinând unei teme indică faptul că tema nu este chiar o fantezie a imaginaţiei cercetătorului.

Validitatea de construct desemnează gradul în care o măsură este legată de alte măsuri (constructe) în moduri consistente cu întrebările cercetării şi ipotezele derivate din teorie. Validitatea unui studiu de analiză de conţinut se referă la corespondenţa categoriilor cu concluziile, precum şi la capacitatea de generalizare a rezultatelor la nivel de teorie. În mod particular, validitatea categoriilor din analizele conceptuale implicite se realizează prin participarea mai multor analişti pentru a ajunge la un consens asupra definiţiei categoriei. De exemplu, un studiu de analiză de conţinut poate măsura apariţia categoriei conceptuale „fenomenul corupţie" în discursurile unui candidat la funcţia de preşedinte. Recurgând la mai mulţi analişti, categoria conceptuală poate include sinonime precum „mituire", „escrocherie", „inginerie financiară", „evaziune fiscală" etc. Categoria „corupţie" este explicită, în vreme ce „mituirea" şi altele de acest gen sunt categorii implicite.

După cum am mai afirmat, pot fi trase concluzii rezonabile dintr-o sumă importantă de date cantitative, însă problema verificării acestora poate rămâne fără răspuns, deoarece contextele apariţiei unui cuvânt pot fi diferite, aşa cum de multe ori sunt şi înţelesurile acestuia. Problema este cel mai bine ilustrată atunci când se face apel la numărarea computerizată a cuvintelor. Dificultatea distincţiei între sinonime şi omonime poate compromite rezultatele, invalidând orice concluzie a raţionamentelor bazate pe aceste rezultate. Cuvântul „mină", de exemplu, desemnează o armă explozibilă, o galerie subterană din care se extrage minereul, dar şi o

rezervă pentru un creion mecanic sau un pix. Un analist poate ajunge la numărarea exactă a apariţiei şi frecvenţei cuvântului „mină", dar să nu-şi dea seama de semnificaţia inerentă fiecărui mod particular de utilizare a cuvântului respectiv. El poate găsi cincizeci de prezenţe ale cuvântului; dacă urmăreşte doar sensul particular de explozibil, iar şaptesprezece dintre apariţiile cuvântului sunt cu sensul de exploatare minieră, rezultatul de cincizeci de apariţii este incorect. Prin urmare, orice concluzie derivată ca rezultat al acestei cuantificări va fi invalidă.

Câţi codori sunt suficienţi ?

Răspunsul la această întrebare depinde de: (a) abilitatea codorilor de a identifica temele; (b) dispersia temelor; (c) de câte ori apare o temă dată în text; şi (d) nivelul de specificitate pe care cercetătorul doreşte să-l realizeze. Ultimele două constrângeri sunt similare problemelor eşantionării, care îşi găsesc soluţionarea în raport de timpul alocat cercetării. Ele arată că producerea mai rară a evenimentelor în populaţie presupune un eşantion care să asigure că vom obţine nivelul de certitudine urmărit.

În cazul analizei textului, populaţia este cunoscută, toate textele au fost colectate (spre deosebire de eşantionarea pentru anchetă). Necunoscute sunt rata producerii temelor şi abilitatea fiecărui codor de a le identifica atunci când se produc. În aceasta rezidă şi explicaţia: dacă temele se produc de multe ori, probabil că un singur codor poate găsi în text cel puţin un exemplu, chiar dacă respectivul codor nu este prea bun la identificarea temelor. Dacă temele se produc mai rar, probabilitatea de a găsi chiar şi un singur exemplu scade – cu atât mai mult dacă codorul nu este bun. Cele spuse dau sens ideii că în cazul producerii mai rare a temelor sunt necesari mai mulţi codori care să le caute.

Numărul codorilor necesari pentru identificarea aspectelor structurii constructului depinde de gradul de distingere a diferenţelor pe care cercetătorul vrea să-l realizeze. Putem vedea temele ca pe nişte ţinte alcătuite din cercuri concentrice – mai mulţi codori, mai multe cercuri. De obicei, un singur codor nu poate distinge cu acurateţe trăsăturile temelor centrale de cele ale temelor marginale. Creşterea numărului de codori va permite cercetătorilor să distingă între segmentele selectate într-o manieră replicabilă. De asemenea, pare rezonabil să presupunem că dacă un construct (temă) este mai puţin bine definit, va fi nevoie de mai mulţi codori pentru a-l descrie în detaliu.

Credem că este util să recunoaştem limitele şi avantajele cercetării cu un singur codor sau cu mai mulţi. Pare plauzibil să spunem că pentru unele sarcini investigatorii se pot bizui pe un singur codor, iar pentru alte sarcini, ei trebuie să folosească mai mulţi codori. Cercetătorului îi revine responsabilitatea de a identifica obiectivele cercetării şi de a determina ce fel de codare se impune.

Generalizarea

Capacitatea de generalizare a concluziilor depinde în foarte mare măsură de modul în care se determină categoriile conceptuale şi de gradul de încredere acordat acestora. Este necesară definirea unor categorii care să evalueze în mod adecvat temele pe care cercetătorul vrea să le măsoare.

Strâns legată de aceasta este construcţia regulilor. Stabilirea unor reguli care să permită categorizarea şi codarea aceloraşi date în acelaşi mod într-o perioadă de timp dată este esenţială pentru reuşita analizei de conţinut. Replicabilitatea – nu numai a categoriilor specifice, dar şi a metodelor generale aplicate pentru stabilirea tuturor seturilor de categorii – reprezintă o provocare, iar concluziile şi rezultatele care decurg de aici cu atât mai mult. Despre o cercetare care atinge această capacitate, în care codarea textului corespunde unui standard, se spune că are acurateţe.

Capitolul 7

Funcţii ale programelor specializate de calculator

Explorarea limbajului textului

Există aplicaţii software care pot facilita explorarea detaliată a limbajului, chiar a structurilor narative. Folosirea lor practică este variată, incluzând realizarea indexului volumelor mari de surse documentare, cercetarea acestora pentru identificarea termenilor particulari (ca nume proprii sau cuvinte-cheie) ori localizarea succesiunii specifice a cuvintelor sau persoanelor. Asemenea programe sunt descrise de către M.B. Milles şi A.M. Huberman în felul următor:

> Ele pot să determine toate situaţiile în care ar putea să apară diverse cuvinte, expresii (sau alte serii de caractere), precum şi combinaţii ale acestora, fiind interesaţi să le localizăm în unul sau mai multe fişiere. Asemenea software pot face adesea operaţiuni interesante cu ceea ce găsesc, ca de pildă marcarea şi sortarea în fişiere noi, legarea adnotărilor şi comentariilor la datele originale sau lansarea de procese noi cu alte pachete software care lucrează cu datele găsite (1998, p. 17).

O comparaţie cu codarea ne poate ajuta să subliniem valoarea acestei abordări. Când codăm, potrivim segmente de date cu termeni reprezentând subiecte analitice. Ne găsim astfel în postura de a folosi aceste cuvinte-cod corespunzătoare unor concepte sociologice mai vaste. Nu există nici o relaţie necesară între aceste concepte şi termenii originali folosiţi de actorii sociali, iar identificarea tuturor expresiilor din limbajul utilizat de subiecţii noştri care corespund conceptelor cu care facem codarea este o operaţie

necesară în analiza pe care o întreprindem. De exemplu, respondenții pot folosi termeni ca *izolat*, *singur*, *singurătate* etc., pe care noi i-am codat cu *alienare*.

Există posibilitatea să construim un tezaur comprehensiv (o listă) ori un dicționar pentru întregul set de date cu care putem identifica itemii vocabularului pentru a fi examinați mai detaliat. În plus, cuvintele pot fi sortate în *concordanță*, adică regăsite și expuse în contextul lor imediat. Asemenea facilități are programul Concordance[1], după cum putem vedea în figura 7.1.

Figura 7.1 – *Ecranul de lucru al programului Concordance*

Observăm modul în care cuvintele sunt adunate și sortate după frecvențe relative și sunt prezentate în toate contextele imediate din text. Acest software lucrează extrem de repede cu text de orice dimensiune. În esență, programul Concordance furnizează un index comprehensiv al cuvintelor textului. De aceea, cea mai simplă utilizare a lui este să localizeze orice pasaj dintr-un text. Pornind de la un cuvânt, programul adună toate modalitățile de folosire a acestuia în context, astfel încât putem compara toate contextele în care este folosit cuvântul respectiv.

1. Programul Concordance este disponibil (demo) la adresa http://www.rjcw.freeserve.co/uk.

Dar prin ele însele, aceste tipuri de cercetare textuală nu sunt puternice conceptual ori clarificatoare. Ele pot fi folosite pentru tipurile elementare de analiză de conținut. De exemplu, într-o cercetare am putut identifica ușor cuvintele folosite cu cea mai mare frecvență de către intervievați. O serie de cuvinte au apărut de mai multe ori, de pildă: *coleg/colegă*, *profesor*, *ajutor*, *copii*, *serviciu*, *familie*, care sugerează imediat sfera majoră de preocupare a subiecților. Toate aceste cuvinte le găsim în *unități analitice*, respectiv în *unități de măsură (segmente care pot servi analizei cantitative)* pe care programul ne permite să le stabilim după necesitățile analizei noastre – cuvânt, propoziție sau paragraf etc.

Un asemenea program este, oricum, mai bine gândit în termenii ajutorului potențial în activitatea analitică creativă și imaginativă. Într-o abordare generală a unui program de acest fel, A. Weaver și P. Atkinson spun că un asemenea software

> le dă cercetătorilor posibilitatea de a explora în mod direct datele prin cercetarea itemilor lexicali și analiza conținutului lexical al consemnărilor de teren, interviurilor sau altor documente de interes. Programul produce prompt o listă de cuvinte și astfel putem să examinăm vocabularul folosit de respondenți și, prin aceasta, să determinăm perspectiva în care oamenii văd, înțeleg fenomenul, precum și felul în care dau sens vieții lor de zi cu zi. Similar, putem găsi că un anumit cuvânt domină interviurile cu o anumită persoană ori o anumită confruntare socială, lucru care poate fi analitic semnificativ. De asemenea, aceste programe ne ajută să conducem cercetarea nu numai despre cuvinte particulare, dar și despre combinații de cuvinte. În aceste investigații, cercetătorii pot specifica anumite condiții pentru ca textul să fie găsit, prin folosirea operatorilor booleeni (1994, p. 77).

Programe complexe de analiză calitativă permit ca activitatea de cercetare să fie executată prin combinarea termenilor cu operatorii logici ȘI, ORI sau NU („operatorii booleeni" la care ne-am referit mai sus), dezvoltând astfel, de exemplu, liste de sinonime.

De asemenea, programele ne ajută adeseori să explorăm textele prin recunoașterea caracterelor *wild card*. O cercetare poate fi întreprinsă folosind rădăcina cuvântului plus caracterul *wild card*, capturându-se astfel toate formele termenului respectiv. Ca să dăm un exemplu concret, căutând DEMOCR*, programul ATLAS.ti sau Concordance ne poate ajuta să identificăm toate contextele în care s-a folosit termenul *democrație* într-o serie de articole politice apărute în ziare diferite în timpul campaniei electorale. Prin examinarea sistematică a contextelor în care a fost utilizat

acest termen, analizăm paleta largă a conotaţiilor asociate cu acest termen--cheie. Capacitatea programelor de a regăsi cuvintele selectate ori seriile de cuvinte în context este o funcţie vitală în efectuarea unei sarcini analitice a conţinutului. Subliniem că munca analitică reală este depusă de cercetător. Programul nu este în sine un mod de analiză, ci doar un instrument extrem de util în realizarea fundamentului unei astfel de sarcini.

*Hiperlegături (*hyperlinks*)*

Includerea referinţelor transversale (*cross-references*) în text contribuie substanţial la construcţia unei scheme organizate a acestuia. Referinţele transversale electronice pot fi construite cu ajutorul aşa-numitelor *hyperlinks* (hiperlegături) între conceptele, categoriile sau pasajele textului care au legătură între ele. Însă acum, când tehnologiile *hypertext* şi *hypermedia* au ajuns un lucru obişnuit, adeseori se uită că principiile lor de bază sunt larg cunoscute şi aplicate de sute şi mii de ani. Pentru analiza marilor opere literare, a Bibliei şi a altor scrieri religioase sau istorice s-a folosit întotdeauna o asemenea „tehnică".

Aplicaţiile *hypertext* reprezintă un suport pentru o relaţie mult mai interactivă între text şi cititori. Într-un fel, aceştia devin autori ai propriei lor lecturi ; ei nu sunt simpli receptori pasivi ai formei determinate textual. Ilustrăm cu o secvenţă din cercetarea „Parteneriatele şcoală – familie – comunitate : perspectiva profesorilor", în care instrumentul principal de colectare a datelor a fost interviul calitativ în profunzime.

Interpretarea analitică a răspunsurilor la întrebările despre starea parteneriatelor a pus în lumină folosirea de către unii subiecţi a „limbii de lemn", încercându-se astfel surmontarea obiectivităţii relatărilor lor. Reţeaua semantică din figura 7.2 prezintă analiza de tip *hypertext* a spuselor unui subiect ce ilustrează „limba-fantomă" (Thom, 1993), prin care se încearcă o cosmetizare a realului social.

Identificăm aici o semnificativă sechelă a gândirii de tip orwellian din societatea românească de azi, unde încă mulţi oameni gândesc şi vorbesc în tiparele „limbii de lemn" pentru a escamota realitatea. În exemplul dat, manifestarea acestui fenomen este, pe de o parte, o consecinţă a lipsei de cunoştinţe a intervievaţilor despre ce înseamnă cu adevărat teoria şi practica parteneriatelor şcoală-familie-comunitate, iar pe de altă parte, este o dovadă în plus a caracterului formal al funcţionării acestora în sistemul de învăţământ preuniversitar.

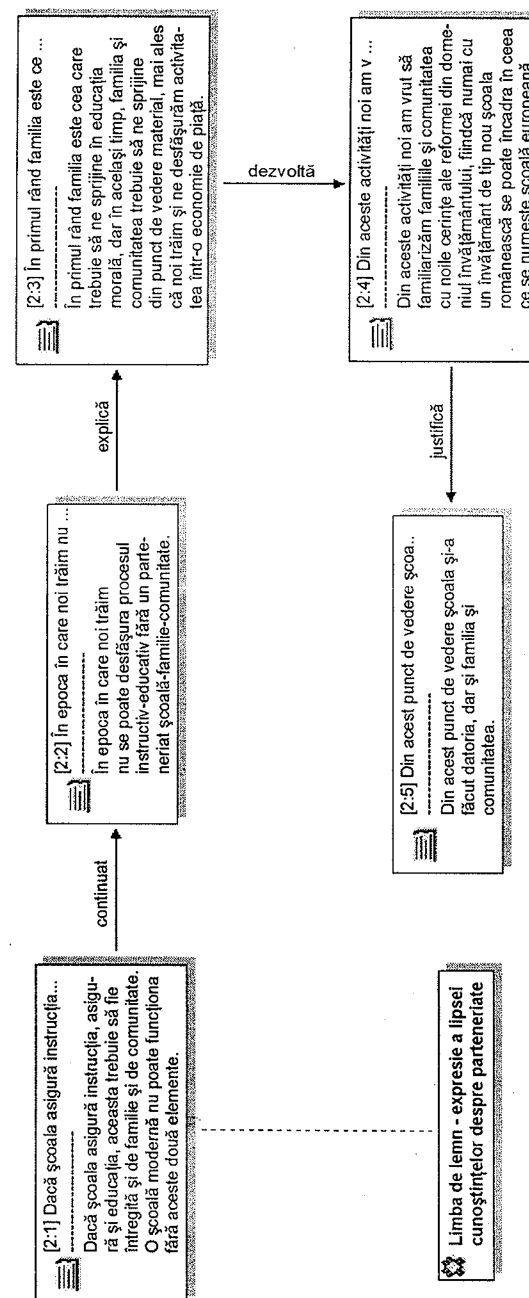


Figura 7.2 – *„Limba de lemn"* (*exemplu*) (reţea semantică)

Hypermedia asigură un context puternic pentru lucrul cu informaţii vizuale sau audio. Este posibil, de exemplu, să construim un context *hypermedia* în care legăturile nu sunt stabilite numai între segmente de text, dar şi între text şi date de altă natură, inclusiv materiale audio şi vizuale, cum ar fi imagini video sau fotografii.

Astfel de tehnici relativ simple pentru managementul datelor în analiza de conţinut nu trebuie considerate lipsite de însemnătate. Ele deschid cercetătorilor posibilităţi remarcabile. Tehnicile au o semnificaţie metodologică bogată, deoarece permit să se facă uşor compararea pasajelor de text şi/sau segmentelor audio sau a diverselor imagini pentru a surprinde similarităţi, contradicţii, argumentări în sprijinul ideilor afirmate sau negate în diferite alte locuri ale textului cercetat.

ANEXE

Anexa 1

Problemele învăţământului superior în cotidiene: o analiză de conţinut

Abordarea ştiinţifică a comunicării este determinată în principal de faptul că presa şi celelalte mijloace media reprezintă vehicule ce reuşesc să construiască imaginea unei probleme sociale şi să o acrediteze ca atare în spaţiul public, devenind astfel o problemă de interes social. În acest sens, analiza de conţinut este o metodă utilă care descoperă şi descrie interesul asupra căruia se concentrează atenţia individuală, de grup, instituţională sau socială.

Relativ recentele descoperiri tehnologice creeză noi provocări şi oportunităţi pentru cercetarea comunicării. Ziarele electronice şi arhivele lor, alte situri care publică şi arhivează documente de interes public, precum şi posibilitatea scanării textelor sunt doar câteva dintre invenţiile care au rezolvat multe probleme ce au afectat analiza de conţinut de-a lungul anilor. În plus, cu ajutorul pachetelor software specializate a devenit mai uşor să studiem producerea termenilor specifici într-un număr mare de texte. Aşadar, pentru cercetătorii care doresc să examineze textele mai mult decât prin simpla numărare a frecvenţelor cuvintelor, analiza de conţinut a devenit acum un proces laborios de realizare a unor scheme de codare credibile şi de aplicare a raţionamentelor umane.

Scopul şi întrebările studiului

Scopul studiului este să identifice problemele învăţământului superior pe care două cotidiene naţionale – *Adevărul* şi *Curentul* – le abordează prioritar în paginile lor. Analiza de conţinut urmăreşte astfel să stabilească problemele

învăţământului universitar românesc ce devin publice şi care, probabil, constituie un set de teme asupra cărora putem să reflectăm, să luăm decizii şi să întreprindem acţiuni. Pentru a atinge scopul propus, analiza de conţinut încearcă să răspundă la următoarele întrebări :

- Care sunt problemele învăţământului superior pe care ziarele aleg să le trateze?
- Care sunt caracteristicile articolelor în termenii dimensiunii lor şi a categoriilor de subiecte pe care le abordează?
- Care sunt formele relatărilor prezentate opiniei publice?
- Ce atitudine manifestă ziarele faţă de subiectele abordate?
- Care sunt relaţiile dintre variabilele menţionate mai sus?

Alegerea eşantionului şi mărimea lui

Pentru a alege eşantionul, mai întâi trebuie să aflăm, cel puţin aproximativ, cantitatea relatărilor jurnalistice care acoperă subiectul propus, deoarece aceasta reprezintă un indicator al gradului de interes al cotidienelor faţă de problema aflată în studiu. În acest sens, intuitiv, ne-am aşteptat să găsim diferenţe în privinţa interesului manifestat de diferite ziare ; documentarea on-line a confirmat această presupoziţie. Din acest motiv, ne-am oprit doar la două cotidiene ce publică relativ constant articole despre învăţământul superior.

Din păcate, nu există un set de criterii acceptate pentru alegerea dimensiunii eşantionului. Oricum, sunt tehnici suficient de bune pentru determinarea corespunzătoare a mărimii acestuia. În unele cercetări s-au testat dimensiuni variate ale eşantionului pentru aplicaţii specifice analizei de conţinut. De pildă, G.H. Stempel (1952) a găsit că pentru studierea unei populaţii formate din apariţiile unui ziar de-a lungul unui an este suficient să identificăm articolele din două săptămâni, selectate în mod sistematic. Raportându-ne într-un fel la această procedură, am ales anul 2001 şi am constatat că două cotidiene – *Adevărul* şi *Curentul* – publică constant articole semnificative referitoare la învăţământul superior. Ne-am oprit la luna ianuarie, deoarece am considerat că sistemul de învăţământ superior nu s-a confruntat cu probleme deosebite în această perioadă, de pildă o grevă a cadrelor didactice. Am ales un eşantion de 33 de articole, dintre care 21 publicate în *Adevărul* şi 12 în *Curentul*. Dimensiunea redusă a eşantionului produce limite inerente analizei, dar abordarea unei cercetări

pe baza unui eşantion de dimensiuni mari, aşa cum am spus în altă parte, este dificilă şi necesită un timp îndelungat.

Metoda

Unitatea de analiză şi modul de măsurare a variabilelor

Articolul reprezintă unitatea de analiză a studiului. Pentru analiza de conţinut a articolelor din eşantion, am identificat 15 variabile : dimensiunea articolelor (numărul total de cuvinte, numărul cuvintelor unice şi rata celor două cantităţi), forma prezentării, atitudinea exprimată şi opt teme ce sunt abordate prioritar de cotidiene, definite fiind de frecvenţa termenilor--cheie.

Unele variabile pot fi măsurate obiectiv, cum ar fi dimensiunea articolelor şi frecvenţa termenilor-cheie. Alte variabile reclamă o codare bazată pe ceea ce K.A. Neuendorf (2002, p. 10) numeşte „obiectivitate intersubiectivă", cum sunt atitudinea exprimată (pozitivă, neutră, negativă) şi forma de prezentare a informaţiilor opiniei publice (dramatizat sau narativ, relatare obiectivă, analiză critică). Aceste variabile au fost codate de doi codori, iar acordul intercodor[1] a fost verificat prin calculul coeficientului kappa al lui Cohen în cazul variabilei nominale „forma prezentării" şi a coeficientului rho Spearman pentru variabila ordinală „atitudinea" (tabelul 1).

Tabelul 1 – *Coeficienţii acordului intercodor*

Cohen's Kappa				**Spearman Rho**			
	Variable	Variable 1	Average		Variable	Variable 1	Average
Coder Pair				Coder Pair			
1, 2		0,90	0,90	1, 2		0,94	0,94
Average		0,90	0,90	Average		0,94	0,94

1. Pentru această operaţiune se pot folosi oricare dintre următoarele programe specializate : Agree, Krippendorff's alpha 3.12a sau Pram.

Analiza

Este clar că problemele care se întrepătrund în sistemul de învăţământ superior au faţete multiple şi sunt abordate din puncte de vedere diferite. De aceea poate fi foarte dificil să decidem aprioric asupra temelor fundamentale relatate de cotidiene. Pentru a depăşi acest obstacol, primul pas a fost alegerea *termenilor-cheie* care generează temele (variabilele), adică *termenii ce se asociază şi creează un înţeles, o reprezentare coerentă a unei probleme sau a unei poziţii faţă de ea.* Termenii-cheie sunt folosiţi frecvent şi constant pentru a indica semnificaţii pline de înţeles.

Pentru a identifica, măsura şi compara termenii-cheie care generează temele conceptuale ce reprezintă variabilele care urmează să fie studiate, am folosit un program specializat[1]. Desigur că procedura computerizată de alegere a termenilor-cheie se bazează mai mult pe valoarea informaţiei matematice decât pe înţelesul lor subiectiv. Ea presupune că un cuvânt este indicatorul unei teme într-un text în măsura în care acesta are o frecvenţă relativă ridicată. De exemplu, în studiul nostru, termenul „student" sau „universitar" are o frecvenţă ridicată în articolele din eşantion, iar faptul că se relaţionează prin producerea lor în proximitatea altor termeni (rector, decan, ministru etc.) ne-a determinat să stabilim variabila „actori sociali".

Programul de computer automatizează această logică folosind indicatorul statistic „χ^2". În mod specific, programul calculează producerea valorilor aşteptate ale unui cuvânt într-un articol pe baza procentajului acelui cuvânt din ansamblul combinat al articolelor. El compară apoi această aşteptare cu numărul real al producerii în fiecare articol. Aceste valori sunt folosite în mod obişnuit în formula lui „χ^2" (diferenţa pătratului valorilor observată şi aşteptată, împărţită la valoarea aşteptată şi suma determinată de-a lungul tuturor cazurilor). În acest studiu, calculele au fost realizate pentru primii 200 de termeni cu cea mai ridicată frecvenţă din cele două seturi de articole alese din *Adevărul* şi *Curentul* ce alcătuiesc eşantionul. Pentru exemplificare, prezentăm doar capul tabelului şi primul rând, aşa cum au fost produse de program.

1. CATPAC, Concordance 2.0, Text Smart, VBPro, Diction 5.0, INTEXT 4.1, Word Stat 4.5, ATLAS.ti sau ConcApp.


```
Percentage of terms in file A, Adevarul.alf, are
greater than in file B, Curentul.alf.
 Word Chi-Square A% B% % Difference
 1. rector 12.402 0.238 0.000 0.238
 ...
Percentage of terms in file B, Curentul.alf, are
greater than in File A, Adevarul.alf.
 Word Chi-Square A% B% % Difference
 1. particulare 17.631 0.079 0.480 -0.400
 ...
```

Termenii care au primit valorile „χ^2" cele mai ridicate au fost examinaţi şi cuvintele-funcţii (articole, prepoziţii, conjuncţii şi verbe auxiliare) au fost eliminate, neluându-se în consideraţie. Astfel de cuvinte-funcţii pot avea un indicator statistic „χ^2" foarte ridicat chiar dacă nu au înţeles de sine stătător. Am ales apoi cuvintele (termeni-cheie) cu rangul „χ^2" cel mai înalt, altele decât cuvintele-funcţii. Următorul pas a fost să restrângem lista termenilor ce se produc împreună relativ constant în textul articolelor şi creează contexte consistente în care sunt formulate poziţiile sursei (autorul articolului). În acest fel creăm *categorii cluster* ce reprezintă temele abordate, respectiv variabilele ce trebuie studiate. Unii autori le numesc *variabile master*, deoarece au în vedere că fiecare termen-cheie cuprins în categoria cluster reprezintă o variabilă. În continuare am elaborat un dicţionar al codurilor pentru calculul frecvenţei termenilor din fiecare articol. Subliniem că, în funcţie de particularităţile textelor analizate, se pot folosi mai multe dicţionare (liste). Dicţionarul construit pe baza procedurii de mai sus cuprinde opt variabile master, fiecare cu un număr de termeni-cheie. Aceste variabile sunt: actori sociali, organizaţii şi instituţii, viaţa academică, proces de învăţământ, acreditare, cercetare, finanţare şi management.

Pe baza dicţionarului construit, programul a generat frecvenţa termenilor-cheie ce definesc categoriile cluster pentru fiecare unitate de analiză, iar în final prezintă totalul termenilor din propoziţii şi cazuri, precum şi procentul lor, aşa cum putem observa în exemplul de mai jos. Procedura presupune ataşarea de etichete (*tags*) în texte cu numele categoriei sub care se colectează frecvenţa termenilor-cheie. Rezultatele au fost introduse apoi în programul SPSS.

```
Search Summary
Date:09-04-2003 Time: 12:55:58
File Searched: presa.frm Search File: dict.asc
Tags, Search Terms and Frequency:
...

>ORGANIZATII SI INSTITUTII<
 parlament* : 2
 guvern* : 3
 MEC : 30
 CNEAA : 23
 CNFIS : 3
 CNR : 7
 institut* : 48
 minister* : 7
 universit* : 111
 facultat* : 23
...

Total found, capitals significant..: 1280
Total Sentences....................: 451
 Number containing search terms : 364
 Percent containing search terms: 80.71
Total Cases........................: 33
 Number containing search terms : 33
 Percent containing search terms: 100.00
```

Rezultate

Pentru analiza corelaţiei, variabila nominală „atitudinea" a fost recodată într-o variabilă ordinală (1 – negativă, 2 – neutră, 3 – pozitivă), iar variabila „forma prezentării", într-o variabilă dihotomică (1 – analiza critică, 0 – toate celelalte). Cotidienele au servit ca variabile independente, iar categoriile cluster au constituit variabilele dependente. De asemenea, am făcut analiza corelaţiei folosind dimensiunea articolelor ca variabilă independentă şi variabilele „forma prezentării" şi „atitudinea" ca variabile dependente. Pentru analiza variabilelor nominale am utilizat tabele încrucişate. În sfârşit, am încercat o analiză de regresie folosind ca predictori variabilele „dimensiunea articolelor" şi „analiza critică" pentru a explica

variabila dependentă „atitudinea", dar semnificaţia indicatorilor statistici a arătat că modelul a eşuat.

Dimensiunea articolelor

În general, există diferenţe între articole privind dimensiunea lor, lucru ce era de aşteptat. Constatăm că articolele publicate în *Curentul* au dimensiuni mai mari (fig. 1), lucru ce poate sugera că abordează problemele mai consistent. Intuiţia poate fi validată prin analiza de conţinut calitativă.

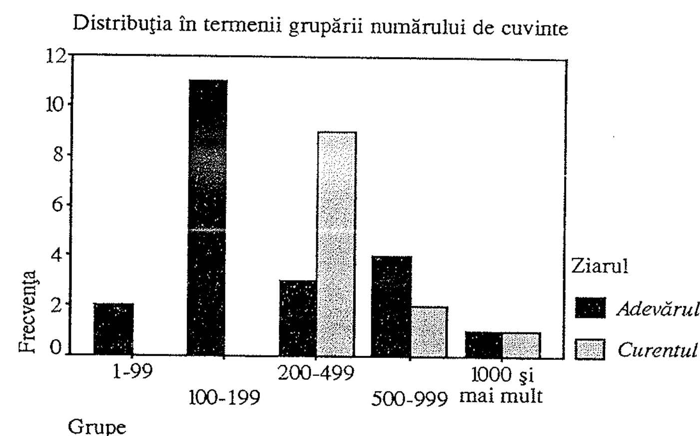


Figura 1 – *Dimensiunea articolelor*

Pe lângă numărarea tuturor cuvintelor din fiecare unitate de analiză a eşantionului, softul folosit numără şi cuvintele unice şi calculează raportul dintre cele două cantităţi. În cazul studiului nostru, rezultatul a fost următorul :

```
The file contains:
 3156 Types
 11564 Tokens
Type/Token Ratio=.2729
Occurence Rates of Tokens
 208 occured 8 or more times
 42 occured 7 times
 53 occured 6 times
```

```
68 occured 5 times
132 occured 4 times
206 occured 3 times
520 occured 2 times
1921 occured 1 time
```

Există 3.156 de cuvinte tipice (unice) şi 11.564 de cuvinte care se repetă până la mai mult de opt ori. Raportul dintre cele două cantităţi este de 0,2729. Analiza corelaţiei dintre variabila „dimensiunea articolelor" şi oricare dintre variabilele master ne arată că toţi coeficienţii calculaţi folosind numărul cuvintelor unice (mai puţin numeroase) sunt mai mici decât atunci când îi calculăm folosind numărul total de cuvinte din fiecare caz. Prin urmare, ipoteza formulată de H.P. Luhn se verifică, adică se justifică măsurarea prin folosirea frecvenţei pentru a afla „un aspect al subiectului".

Am găsit că variabila „dimensiunea articolelor" este corelată semnificativ ($p < 0,01$) cu variabila „analiza critică" ($rho = 0,567$) şi corelată negativ ($rho = -0,533$) cu variabila „atitudinea". Dimensiunea articolelor nu are nici o relaţie semnificativă cu variabila „forma de prezentare".

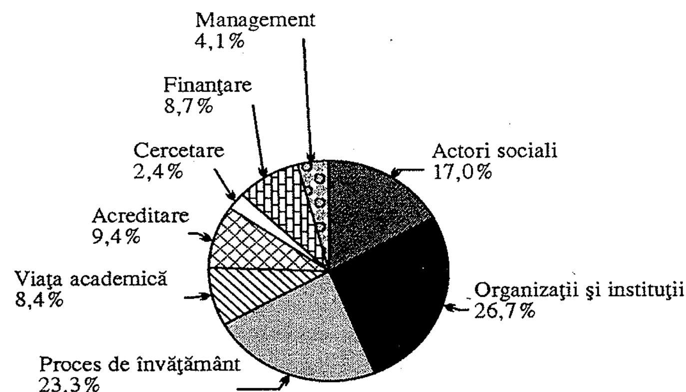


Figura 2 – *Distribuţia cuvintelor-cheie în termenii temelor*

Teme

Aici răspundem la întrebarea cercetării: Care sunt problemele învăţământului superior pe care ziarele aleg să le trateze? După cum am mai spus, analiza fiecărui articol cu ajutorul software-ului pe baza dicţionarului

construit produce distribuţia termenilor-cheie şi, totodată, identifică temele (problemele) învăţământului superior abordate prioritar în cotidiene (fig. 2). Observăm că interesul articolelor se concentrează asupra actorilor sociali şi, implicit, asupra organizaţiilor şi instituţiilor sistemului de învăţământ, cele două variabile cumulând 43,7%. Variabila „proces de învăţământ", cu 23,3%, deţine şi ea o pondere semnificativă ca temă în articolele cotidienelor.

Cele opt variabile master sunt similare în câteva aspecte: măsoară entităţi asemănătoare, unităţile de măsură sunt identice, la fel şi scalele de măsură. Acest lucru ne permite să le comparăm folosind media (fig. 3).

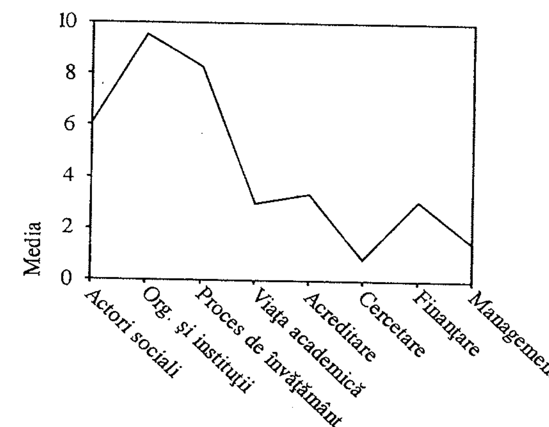


Figura 3 – *Comparaţia variabilelor în termenii mediei*

Se observă că cea mai ridicată medie a termenilor-cheie o au cele trei teme majore deja semnalate: actori sociali, organizaţii şi instituţii, proces de învăţământ. Media celorlalte variabile se plasează semnificativ mai jos, ceea ce corespunde procentajelor din figura 2.

Testele au arătat că nu putem presupune normalitatea variabilelor master, aşa încât, pentru a compara distribuţia termenilor, folosim testul statistic nonparametric K. El produce statistica descriptivă a variabilelor ce permite comparaţia lor, rangurile mediei şi indicatorii statistici ai testului Friedman, care arată că este semnificativ ($p<0,01$).

Ranguri

	Rangul mediei
Actori sociali	5,70
Organizaţii şi instituţii	6,52
Proces de învăţământ	5,95
Viaţa academică	4,00
Acreditare	3,42
Cercetare	2,89
Finanţare	4,36
Management	3,15

Testul Friedman

N	33
Chi-Square	80,916
df	7
Asymp. Sig.	,000

Cu testul statistic nonparametric K nu putem declara ferm că „mediile sunt egale/inegale", aşa cum facem cu testul T. Ca un compromis, putem spune că „testul nonparametric este mai potrivit când presupunerea normalităţii nu este posibilă, dar testul nu produce un rezultat la fel de bogat ca testul T". Toate variabilele master se corelează cu variabila „dimensiunea articolelor" în maniera arătată în tabelul 2.

Tabelul 2 – *Coeficientul de corelaţie a variabilelor master cu dimensiunea articolelor*

	Dimensiunea articolelor	Actori sociali	Organizaţii şi instituţii	Proces de învăţământ	Viaţa academică	Acreditare	Cercetare	Finanţare	Management
Dimensiunea articolelor	1,000	0,658 *	0,726 **	0,392 *	0,438 *	0,444 **	0,667 **	0,552 **	0,360 *

** Corelaţia este semnificativă la p<0,01
* Corelaţia este semnificativă la p<0,05

Analiza corelaţiei a ignorat însă celelalte variabile. În mod ideal, o corelaţie „pură" între variabile trebuie să ţină cont de efectul altor variabile din date ; în cazul nostru, corelaţia dintre oricare variabilă master şi „dimensiunea articolelor" trebuie să ţină cont de variabilele „atitudine" şi „analiza critică".

Realizăm acest lucru folosind *corelaţia parţială*. Măsurăm astfel coeficientul de corelaţie controlând efectul altor variabile asupra celor două. Corelaţia parţială dintre variabila „dimensiunea articolului" şi fiecare variabilă, luând în considerare impactul variabilelor „atitudine" şi „analiza critică", a produs următorul rezultat :

```
- - P A R T I A L C O R R E L A T I O N C O E - F F
I C I E N T S - -
Controlling for... ATI_DINE ANA_CRIT

DIM_ART ACT_SOC ORG_INST
1,0000 ,5608 ,6862
ÎNVA_MAT ACADEMIC ACREDITA
DIM_ART ,4356 ,3308 ,4593
 P= , P= ,001 P= ,000
 P= ,014 P= ,069 P= ,009

CERCETAR FINANTE MANAG_NT
DIM_ART ,6468 ,4706 ,2466
 P= ,000 P= ,008 P= ,181
```

Rezultatul analizei corelaţiei parţiale întăreşte ceea ce s-a obţinut în prima analiză, dar intervin şi unele schimbări care trebuie menţionate. Astfel, deoarece corelaţia parţială dintre „dimensiunea articolelor" şi „viaţa academică" a produs o valoare a semnificaţiei mai mică de 0,1, coeficientul estimat poate fi considerat doar la un nivel de încredere de 90%. Pentru variabila „management", semnificaţia statistică este mai mare de 0,1, ceea ce înseamnă că estimarea nu se poate baza pe încredere.

Expresia atitudinii

Prin recodarea variabilei nominale „atitudinea", am construit o variabilă ordinală ce exprimă orientarea atitudinală a emitentului, *tendinţa latentă a mesajului*, care poate fi *negativă*, *neutră* sau *pozitivă*. Se aplică o formulă

care ia în calcul frecvenţa de apariţie a unei aprecieri, urmărind să depisteze orientarea (atitudinea) negativă, neutră sau pozitivă a emitentului (Chelcea, 2001). Analiza atitudinii sursei faţă de temele abordate este prezentată în tabelul 3.

Tabelul 3 – *Atitudinea cotidienelor*

		Ziarul		Total
		Adevărul	*Curentul*	
Atitudinea	Negativă	7	6	13
	Neutră	11	3	14
	Pozitivă	3	3	6
Total		21	12	33

Aplicând formula, ajungem la un coeficient atitudinal negativ, AT= −0,212. Acest lucru arată orientarea defavorabilă a sursei faţă de temele din articole. Evident, aici se manifestă influenţa limitelor impuse de eşantionul redus, pentru că formula are nevoie de cazuri numeroase pentru a produce un rezultat cu acurateţe.

Concluzii

Studiul a încercat să identifice un set de teme ce pot fi considerate, în limitele impuse de eşantionul cercetat, un pattern al articolelor din cotidiene care abordează problemele sistemului de învăţământ superior din România. În urma analizei statistice a datelor s-au detaşat trei teme majore : actorii sociali ai sistemului, organizaţiile şi instituţiile acestuia şi procesul de învăţământ, care împreună cumulează 67% din termenii-cheie folosiţi în articolele despre învăţământul superior din cele două cotidiene analizate. Procentele rămase se distribuie după cum urmează : acreditare – 9,4%, finanţare – 8,7%, viaţa academică – 8,4%, management – 4,1%, cercetare – 2,4%. Putem observa preocuparea redusă faţă de managementul specific domeniului, precum şi faţă de cercetarea ştiinţifică văzută ca dimensiune definitorie a învăţământului universitar.

Termenii-cheie proprii sistemului de învăţământ folosiţi cu cea mai mare frecvenţă în cele 33 de articole ale eşantionului sunt : universitate – 111, student – 84, învăţământ – 74, examene – 66, profesor – 60, acreditare – 52, specializare – 48. În schimb, sunt utilizaţi mai rar termeni ca :

management – 3, conducere – 7, comunicare – 5, cercetare – 9, deci cuvintele care potenţial se pot utiliza pentru a trata acele teme care au primit mai puţină atenţie în conţinutul articolelor analizate.

Tendinţa atitudinală a enunţiatorilor exprimată în tratarea diverselor probleme ale învăţământului superior este defavorabilă (coeficientul atitudinal este −0,212), iar articolele prezintă informaţia care ajunge la opinia publică în cea mai mare parte sub formă critică.

Credem că o cercetare longitudinală bazată pe un eşantion cu grad de reprezentativitate ridicat din cotidienele centrale poate produce rezultate utile pentru cunoaşterea evoluţiei percepţiei sistemului de învăţământ superior de către presa de ştiri din România.

INSTRUMENTELE CODĂRII

A. Caracteristicile articolului

1. Numărul articolului
2. Sursa : 0 *Adevărul* ; 1 *Curentul*
3. Numărul cuvintelor unice : 1=1-99, 2=100-199, 3=200-299, 4=300-499, 5=500 şi mai mult
4. Dimensiunea articolelor (numărul total de cuvinte) : 1=1-99, 2=100-199, 3=200-499, 4=500-999, 5=1000 şi mai mult
5. Rata cuvintelor (cuvinte unice/numărul cuvintelor) : 1=0,01-0,49, 2=0,50-0,59, 3=0,60-0,69, 4=0,70 şi mai mare

B. Felul relatării

6. Atitudinea : 1 Antipatie (emoţional), 2 Negativă (raţional), 3 Neutră, 4 Pozitivă (raţional), 5 Simpatie (emoţional), 9 Nu este clar
7. Forma prezentării : 1 Dramatizat sau narativ, 2 Relatare obiectivă[1], 3 Analiză critică, 9 Nu este clar

C. Frecvenţa termenilor-cheie în categoriile cluster (variabile master)

8. Actori sociali : 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult
9. Organizaţii şi instituţii : 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult
10. Viaţa academică : 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult

1. Fără distorsiuni sau interpretări personale ; bazată pe fapte.

11. Proces de învăţământ: 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult
12. Acreditare: 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult
13. Cercetare: 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult
14. Finanţare: 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult
15. Management: 1=1-2, 2=3-4, 3=5-6, 4=7-9, 5=10 şi mai mult

Anexa 2

Presa despre impozitarea meditaţiilor

Consideraţii introductive

Toate tehnicile de analiză textuală tind să fie mari consumatoare de timp atunci când sunt aplicate. Studiul propune o procedură care, într-un timp rezonabil, oferă posibilitatea de a afla structura conceptuală pe care este clădit demersul ideatic al enunţiatorului şi, pe această bază, oportunitatea de a face comparaţii şi inferenţe. Am folosit „analiza contingenţei" sau de „proximitate" în care, cu ajutorul unui „dicţionar structurat", am căutat co-ocurenţa conceptelor în aceeaşi unitate de context. Am utilizat două tehnici de analiză multivariată de interdependenţă a datelor colectate: analiza ierarhică cluster şi scalarea multidimensională. În cercetare am folosit un software dedicat analizei textului asistate de computer[1].

În afară de problemele majore pe care le găsim abordate constant în paginile ziarelor, cum ar fi corupţia, sărăcia, reforma justiţiei, intrarea în UE etc., presa se concentrează frecvent asupra unor probleme curente despre care publică articole de-a lungul unei perioade de timp relativ scurtă. Aceste probleme revin apoi periodic în paginile ziarelor, în măsura în care diferite evenimente (politice, sociale, economice etc.) le readuc în atenţia opiniei publice. O asemenea problemă este cea a meditaţiilor. Ea ne-a reţinut atenţia şi pentru că s-a suprapus cu desfăşurarea cercetării în cadrul grantului „Parteneriate şcoală – familie – comunitate. Studiu de caz în judeţul Alba – o abordare calitativ-cantitativă", în care a fost abordat, printre altele, fenomenul meditaţiilor şi consecinţele lui.

1. Hamlet for Windows – www.apb.cwc.net.

La sfârşitul lui ianuarie şi începutul lui februarie 2005, în principalele cotidiene a apărut o nouă serie de articole despre problema meditaţiilor şi impozitarea lor. Impulsul iniţial pentru readucerea ei în atenţia cititorilor a fost dat de comentariul premierului Călin Popescu Tăriceanu făcut la seminarul „Perspective asupra prosperităţii României", în următorii termeni: „Atunci când vorbim de corupţie ar trebui să nu ne mai gândim că ea este doar apanajul mediului politic. Dacă profesorii dau meditaţii, iar veniturile nu sunt impozitate, acesta e un caz de evaziune fiscală".

Scopul şi întrebările studiului

Pentru a descrie şi înţelege modul în care, în urma acestui comentariu, problema meditaţiilor şi impozitarea lor a fost tratată în articole apărute în mai multe cotidiene, folosim analiza de conţinut, tehnică de cercetare care permite abordarea analitică a conţinutului mesajelor ce contribuie la formarea opiniei publice faţă de o problemă care există de mult timp în învăţământul preuniversitar românesc.

Scopul studiului este determinarea structurii conceptuale şi a patternurilor mesajelor articolelor care dezvăluie caracteristicile acestei probleme sociale. Pentru aceasta, analiza de conţinut şi-a propus să identifice variabilele categoriale (de conţinut) şi patternurile relaţionării lor. Ea a căutat răspuns la următoarele două întrebări ale cercetării:

1. Care sunt categoriile de conţinut ale subiectului abordat?
2. Care sunt patternurile relatărilor despre fenomenul meditaţiilor?

Selectarea eşantionului

Procesul de selectare a datelor empirice, parte atât de importantă a cercetării, a fost determinat de răspunsul la întrebarea: Ce vrem să facem în realitate prin realizarea studiului? Germenii răspunsului se află în dorinţa de a găsi un mod de analiză empirică ce nu reclamă un consum mare de timp, dar oferă posibilitatea de a afla structura conceptuală pe care s-a clădit demersul jurnalistic şi, pe această bază, de a face inferenţe pertinente. Deoarece subiectul propus este bine delimitat, selectarea datelor a însemnat alegerea cotidienelor care au publicat articole despre el. Din ediţiile on-line ale ziarelor din perioada 26.01-3.02.2005 am ales, după criteriul consistenţei articolelor publicate, următoarele cotidiene: *Adevărul* – 4

articole, *Evenimentul Zilei* – 3 articole, *Ziua* – 2 articole şi *Gardianul* – 1 articol. Cum în această situaţie nu se putea pune problema comparaţiei între poziţionările cotidienelor faţă de problema abordată, am considerat că volumul materialului textual colectat este suficient pentru realizarea unei analize de conţinut pe ansamblul articolelor apărute despre o problemă care preocupă o parte semnificativă a opiniei publice: profesori, părinţi, elevi.

Metoda

Ştim că în analiza de conţinut textul este materialul empiric, şi el este tot atât de complex ca şi realitatea socială pe care o reflectă - de aceea, la fel ca în investigaţia socialului, folosim „modele simplificate" pentru cercetarea lui. Principiul simplităţii (construcţia modelului simplificat) în analiza de conţinut are două tradiţii de abordare (Hogenraad, Mckenzie şi Péladeau, 2003): prima, în care cercetătorul substituie cuvintele textului cu categorii (modelul substituţiei); şi a doua, în care el caută în text clusterele de cuvinte ce se referă la temă (modelul corelaţional). În prima tradiţie, categoriile dicţionarului preexistent dau înţeles cuvintelor; în a doua, înţelesul vine după cunoaşterea a ceea ce există în texte. Alegerea între cele două modele depinde de tema cercetării, dar de cele mai multe ori ele sunt combinate. În cazul temei propuse, am folosit modelul combinat: identificarea clusterelor termenilor-cheie, ca să producem o listă de vocabular, numită şi „dicţionar" structurat, adecvată cercetării. Instrumentul conceput a îmbinat atât termenii-cheie generaţi de analiza textului (de pildă, cuvintele care se produc în text cu frecvenţă ridicată ce pot indica o categorie de conţinut), cât şi categorii elaborate de cercetător. Dicţionarul a fost aplicat textului şi a produs următorul tabel al frecvenţei categoriilor de conţinut:

CUVÂNT	FRECVENŢA	% VOCAB.	% TEXT	f[i]
ActoriPolitici	14	2.25	0.23	14
AdmFinanciara	15	2.41	0.25	9
autoriza*	13	2.09	0.21	9
buget*	16	2.57	0.26	14
corupt*	15	2.41	0.25	11
elev*	20	3.21	0.33	12
EvazFiscala	67	10.75	1.10	30
guvern*	17	2.73	0.28	13

InstitInvatamant	13	2.09	0.21	11
legalitate	23	3.69	0.38	19
meditati*	88	14.13	1.45	53
meditator*	13	2.09	0.21	11
Miclea	26	4.17	0.43	16
parinti	6	0.96	0.10	5
profesor*	102	16.37	1.68	62
salari*	27	4.33	0.44	17
scoala	22	3.53	0.36	17
sindicat*	30	4.82	0.49	12
Tariceanu	43	6.90	0.71	23
venituri	53	8.51	0.87	31

```
6078 cuvinte au fost citite din text.
623 din acestea au fost în lista de cercetare şi 76
unităţi de context au fost numărate.
```

După aplicarea listei vocabularului în text, prelucrarea statistică a datelor este servită cel mai bine de două dintre tehnicile de analiză multivariată de interdependenţă : analiza ierarhică cluster şi scalarea multidimensională. După Irina Culic, spre deosebire de tehnicile de dependenţă, care

> presupun existenţa unei variabile dependente sau a mai multor variabile dependente care sunt explicate (determinate) de alte variabile, numite variabile independente (variabile explicative, predictori)... tehnicile de interdependenţă nu presupun vreo diferenţă între statutul ontologic al variabilelor. Nu există variabile dependente sau independente. Procedura de analiză le implică simultan şi în acelaşi fel (Culic, 2004, p. 67).

Datorită acestei caracteristici, tehnicile de interdependenţă sunt folosite pentru a identifica structura datelor, exact de ce avem nevoie pentru a atinge scopul cercetării şi a răspunde la întrebările ei.

Analiza

Categoriile de conţinut nu pot explica structura conceptuală a textului decât dacă măsurăm variaţia fiecăreia în raport cu variaţia tuturor celorlalte categorii din text. În acest scop, programul foloseşte coeficientul Jaccard şi generează o matrice de similarităţi între categorii în unitatea de context aleasă. Relaţiile dintre categoriile de conţinut sunt apoi organizate statistic şi plasate în grupuri (clustere).

Tehnica analizei cluster se bazează pe algoritmul de grupare, dat de o regulă simplă de alăturare, în paşi succesivi, a categoriilor asemănătoare. Rezultatele ei apar sub forma unui grafic care se asemănă cu o diagramă de tip arbore (dendrogramă), numită astfel din cauza „ramurilor". Ea arată cum se unesc grupurile la fiecare pas în raport de distanţa dintre ele. În acest fel, diagrama ramificată îi arată cercetătorului care clustere sunt similare şi care sunt diferite. Lungimea „ramurilor" dendrogramei este un indicator al distanţei dintre grupurile care au fost unite la un anumit pas. Examinarea distanţelor între clustere la paşi succesivi ne poate da o indicaţie importantă asupra structurii grupurilor. Cel mai semnificativ aspect apare atunci când distanţa între grupurile unite creşte brusc, ceea ce înseamnă că la pasul respectiv sunt unite grupuri sensibil diferite.

În timp ce dendrograma încearcă să formeze grupuri omogene prin relaţionarea variabilelor, ea nu reprezintă întotdeauna corect proximitatea variabilelor cu fiecare altă variabilă. Două variabile pot fi grupate sub acelaşi cluster nu din cauza co-ocurenţei lor, ci pentru că sunt relaţionate cu o a treia variabilă. Astfel, numai prima variabilă adăugată la un cluster specific poate fi interpretată fără multă dificultate ca o indicaţie directă a proximităţii. În schimb, scalarea multidimensională asigură o reprezentare cu mai mare acurateţe a proximităţii reale al variabilelor, lucru vizualizat prin puncte variate poziţionate într-un spaţiu bi- sau tridimensional.

> Scalarea multidimensională produce o „hartă perceptuală" a poziţionării relative a obiectelor în funcţie de două sau mai multe dimensiuni subiective. Analiza se bazează pe evaluări de similaritate sau preferinţe ale respondenţilor, transformate în distanţe între obiecte (Culic, 2004, p. 71).

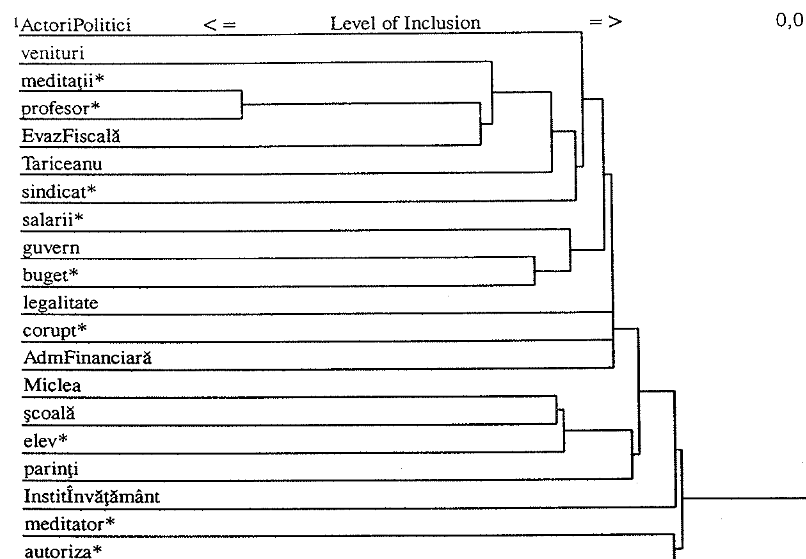
Logica scalării multidimensionale constă într-o configuraţie geometrică de puncte în care cu cât itemii sunt mai similari (co-ocurenţa lor este mai frecventă), cu atât distanţa dintre ei pe hartă va fi mai mică ; şi cu cât sunt mai diferiţi în termeni de similaritate, cu atât poziţiile lor pe hartă vor fi mai depărtate.

Rezultate şi inferenţe

Interpretarea co-ocurenţei cuvintelor în contextul stabilit (segment de text cu 80 de cuvinte), care prin algoritmul de grupare formează clusterele dendrogramei 1, se bazează pe presupunerea că proximitatea strânsă a

cuvintelor reflectă structura reală sau perceptivă a problematicii meditaţiilor, natura relaţiilor dintre variatele ei elemente.

Examinarea dendrogramei evidenţiază prezenţa a trei clustere de categorii formate prin co-ocurenţa cuvintelor-cheie din text. Cel mai de sus cluster conţine şapte categorii de conţinut: ACTORIPOLITICI, VENITURI, MEDITAŢI*, PROFESOR*, EVAZFISCALA, TARICEANU, SINDICAT*. Următorul cluster are trei categorii: SALARI*, GUVERN*, BUGET. Urmează apoi trei categorii izolate care nu au fost grupate: LEGALITATE, CORUPT*, ADMINFINANCIARA. Al treilea cluster este alcătuit din cinci categorii: MICLEA, SCOALA, ELEV*, PARINTI, INSTITINVATAMANT. În ultimul pas al algoritmului de grupare din dendrogramă apar alte două categorii izolate: MEDITATOR şi AUTORIZA*.



Dendrograma 1 – *Structura ierarhică a categoriilor de conţinut*

Inferenţele pe care le putem face pe marginea dendrogramei trebuie să ducă la identificarea şi înţelegerea patternurilor discursului jurnaliştilor despre fenomenul meditaţiilor.

În primul pas al formării dendrogramei se grupează categoriile „meditaţii" şi „profesor", termeni-cheie ai textului care, aşa cum am văzut, au frecvenţa cea mai mare. În pasul următor se adaugă categoria „evaziune fiscală", însă observăm că braţele dendrogramei cunosc o creştere bruscă, ceea ce înseamnă că această categorie are legătură slabă cu categoriile grupate în primul pas al procesului de aglomerare. Altfel spus, discursul din articolele cuprinse în textul analizat relaţionează slab categoriile „profesori" şi „meditaţii" cu categoria „evaziune fiscală". De pildă, se spune că „Acuzaţiile de evaziune fiscală la adresa profesorilor sunt exagerate" şi „Se induce ideea că marii evazionişti sunt profesorii, şi nu cei care creează găuri de miliarde în buget".

În pasul următor, la mică distanţă, se adaugă termenul-cheie „venituri", care se referă la banii obţinuţi de profesori prin meditaţii. La aceste categorii de conţinut – „profesor", „meditaţii", „evaziune fiscală", „venituri" – se referea premierul Tăriceanu în comentariul citat la început, care a declanşat un puseu mediatic pe această temă.

În continuare se adaugă la paşii următori, la mică distanţă, categoriile „sindicate" şi „actori politici". Acum însă se pierde aproape complet din vedere că nedeclararea veniturilor rămâne, totuşi, evaziune fiscală, iar citatele din declaraţiile liderilor sindicali şi ale politicienilor, dar şi argumentele autorilor articolelor fac ca premisa majoră a discursului jurnalistic să devină ideea că „evaziunea fiscală nu înseamnă corupţie" şi că se urmăreşte „abaterea atenţiei publice de la gravele probleme generate de marea corupţie, de marii evazionişti fiscali".

Al doilea cluster este generat de numeroasele referiri în text la guvern, la buget şi la promisiunile neonorate privind creşterile salariale ale cadrelor didactice din sistemul de învăţământ preuniversitar. În acest sens, un pasaj semnificativ este următorul: „Sindicatele din învăţământ critică intenţia de introducere a unor impozite pe sumele obţinute din meditaţii, arătând că acuzaţiile de evaziune fiscală la adresa profesorilor sunt exagerate, cât timp aceştia nu sunt salarizaţi pe măsura muncii lor". Cu alte cuvinte, după liderii sindicatelor din învăţământ, acest grup social poate fi exceptat de la plata impozitelor cuvenite pe venitul obţinut din meditaţii pentru că au salarii mici. Nu putem contesta faptul că salariile profesorilor nu reflectă nici pe departe valoarea socială a muncii lor, dar ideea încălcării legii din acest motiv nu este întemeiată.

Această abordare din discursul jurnalistic determină ca termenii care se adaugă în paşii succesivi la dendrogramă: legalitate, corupţie şi administraţie financiară să fie categorii de conţinut izolate în structura conceptuală a textului, adică să nu fie relaţionate semnificativ cu celelalte categorii. Credem că aceasta reprezintă cel puţin o slăbiciune în tratarea

problemei impozitării meditaţiilor. Perspectiva abordării raţionale, pragmatice a ei a fost estompată de „tonul ideologic al editorialiştilor” şi al liderilor sindicali.

Al treilea cluster este format din elevi, părinţi, şcoală şi instituţii din sistemul educaţional, printre care şi MEC. Declaraţia ministrului Miclea că „meditaţiile nu reprezintă o corupţie şi o evaziune fiscală. Fiecare cadru didactic poate să facă ce doreşte, dar să respecte legea” demonstrează implicarea raţională a acestuia, lucru care îl poziţionează diferit de ceilalţi actori sociali.

În sfârşit, partea de jos a dendrogramei se încheie cu alte două categorii de conţinut izolate, „meditator” şi „autorizaţie”. Ele se adaugă la dendrogramă în ultimul pas şi aproape nu au nici o legătură cu celelalte categorii. În text se precizează că nu există cadru legal pentru reglementarea situaţiei profesorilor care dau meditaţii[1] şi de aceea, în cazul în care unii profesori vor să plătească impozit pe venitul obţinut din meditaţii, sunt „buimăciţi de autorităţi”.

În afară de producerea dendrogramei discutate, softul utilizat realizează şi o analiză ierarhică cluster pentru o valoare de similaritate minimă stabilită de cercetător – în cazul nostru 0,3. Ierarhia afişată este un mijloc ajutător pentru înţelegerea structurii datelor textului analizat.

Analiza cluster pentru o valoare minimă de similaritate de 0,3

```
Cluster 1 :
 ActoriPolitici.
Cluster 2 :
 venituri, meditati*, profesor*, EvazFiscala, Tariceanu.
```

1. În unul dintre articole se precizează: „Pe vremea ministrului Andrei Marga, în ideea stopării practicii meditaţiilor şi mai ales a trecerii acestei surse de venit sub aripa legii, s-a emis un ordin de ministru prin care se interzicea ca un profesor să-şi mediteze elevii din clasele la care preda. Ordinul prevedea că se pot organiza activităţi de pregătire suplimentară – pentru că unii elevi chiar au nevoie de un ajutor în plus – dacă acestea sunt declarate ca surse de venit... Din păcate, din 1998 (când aveam această prevedere) până acum, în 2005, s-a reuşit performanţa ca activitatea de meditaţii să fie scoasă de pe lista nomenclatorului de profesii pentru care primăriile pot da autorizare de a practica activităţi economice în mod independent. Chiar dacă ar dori, astăzi, un profesor să intre în legalitate, Legea nr. 300/2004 nu-i mai oferă cadrul legal”.

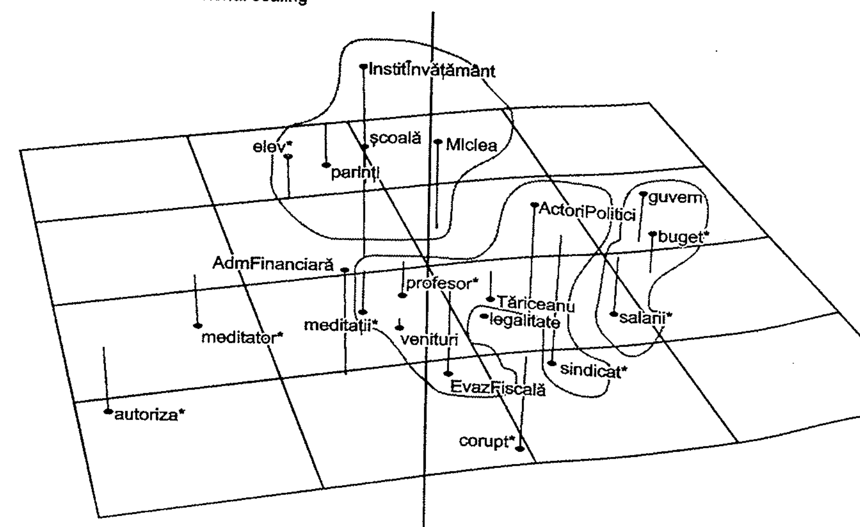

```
Cluster 3 :
 sindicat*.
Cluster 4 :
 salari*, guvern*, buget*.
Cluster 5 :
 legalitate.
Cluster 6 :
 corupt*.
Cluster 7 :
 AdmFinanciara.
Cluster 8 :
 Miclea, scoala, elev*.
Cluster 9 :
 parinti.
Cluster 10 :
 InstitInvatamant.
Cluster 11 :
 meditator*.
Cluster 12 :
 autoriza*.
```

Deoarece analiza cluster sugerează existenţa unor structuri ce pot fi interesante pentru analiza pe mai departe a matricei similarităţilor, am folosit tehnica non-metrică a scalării multidimensionale, care se aplică matricei frecvenţei co-ocurenţei cuvintelor în text. Ea produce o „hartă” a poziţionării relative a grupurilor de cuvinte într-un spaţiu cu trei dimensiuni. Şi această tehnică este foarte utilă pentru identificarea structurii unui câmp ideatic. Ea se bazează pe comparaţii între categoriile de conţinut prin dimensiunile obiective ale distanţei geometrice dintre ele. Spaţiile cele mai mici din fila matricei standardizate de similarităţi supusă scalării reproduce domeniile principalelor teme tratate. Ilustrăm acest lucru cu coordonatele în trei dimensiuni a celor mai mici spaţii produse prin scalarea matricei standardizate.

```
Guttman-Lingoes' smallest space computed for 3
dimensions (semi-strong-monotonicity).
Guttman-Lingoes' Coefficient of Alienation = 0.12845
after 47 iteration(s).
Kruskal-Guttman-Lingoes-Roskam smallest space
coordinates in three dimensions (weak monotonicity):
```

Dimension	1	2	3
1 ActoriPolitici	0.255	-0.408	0.455
2 AdmFinanciara	-0.449	-0.673	0.417
3 autoriza*	-1.179	-0.333	-0.269
4 buget*	0.783	-0.156	0.162
5 corupt*	0.157	-0.685	-0.397
6 elev*	-0.371	0.649	0.192
7 EvazFiscala	0.031	-0.203	-0.374
8 guvern*	0.821	0.075	0.213
9 InstitInvatamant	-0.204	0.129	0.788
10 legalitate	0.051	-0.560	0.097
11 meditati*	-0.232	0.012	-0.183
12 meditator*	-0.811	0.106	-0.230
13 Miclea	0.109	0.287	0.374
14 parinti	-0.090	1.305	-0.207
15 profesor*	-0.077	0.058	-0.158
16 salari*	0.704	-0.035	-0.264
17 scoala	-0.064	0.726	0.166
18 sindicat*	0.545	0.153	-0.612
19 Tariceanu	0.209	-0.098	-0.123
20 venituri	-0.189	-0.351	-0.047

Pe baza acestora, scalarea multidimensională generează un pseudografic tridimensional. Un mod de interpretare şi evaluare a rezultatelor scalării multidimensionale constă în examinarea configuraţiei punctelor bazată în special pe reprezentarea distanţelor mari între poziţiile categoriilor, adică a disimilarităţilor. Din această perspectivă, graficul 1 pune în evidenţă atât poziţionarea marginală a categoriilor „meditator" şi „autorizaţie" faţă de toate celelalte categorii de conţinut, cât şi distanţa geometrică apreciabilă dintre cele două. Ambele aspecte, izvorâte din analiza discursului jurnalistic, arată că meditaţiile, ca fenomen social, nu se desfăşoară în limitele unui cadru legal. De fapt, meditatorii (profesorii) nu-şi pot reglementa această activitate din punctul de vedere al normativităţii sociale pentru că „doar conştiinţa este cea care reglementează declararea veniturilor obţinute din meditaţii, şi nu legea".



Graficul 1 – *Scalarea multidimensională*

Un alt mod de interpretare a rezultatelor constă în studiul vecinătăţilor configuraţiei produse prin scalare multidimensională. Această interpretare nu se preocupă de interpretarea dimensiunilor, ci, similar analizei cluster, încearcă să identifice grupuri de puncte aşezate în poziţii apropiate. Am marcat pe grafic cele trei clustere discutate mai înainte. Observăm că această interpretare se centrează îndeosebi pe distanţele mici (similarităţi). Gruparea categoriilor din grafic corespunde coordonatelor celor mai mici spaţii produse de scalarea multidimensională. Vizualizarea oferită de grafic ne permite să identificăm mai uşor relaţionarea categoriilor de conţinut şi să punem în evidenţă structura datelor din textul analizat.

Analiza de conţinut a surprins faptul că articole selectate din cele patru cotidiene nu tratează deloc consecinţele economice şi morale produse de fenomenul meditaţiilor asupra elevilor şi părinţilor. Pentru a demonstra importanţa acestor efecte sociale, apelăm la vocile unor liceeni – actori majori ai fenomenului meditaţiilor – participanţi la cercetarea din grantul menţionat la începutul articolului. Matricea 1 vizualizează analitic spusele adolescenţilor participanţi la cele opt focus-grupuri la care au participat 48 de elevi de liceu (Agabrian şi Millea, 2005, p. 58).

Matricea 1 – *Problema meditațiilor*

Partici-panți	Nevoia de meditații	Statutul meditațiilor	Consecințe
S1	„...profesorii nu își dau tot interesul la ore, ba mai și spun că puteți veni la mine pentru mai mult."	„...profesorii tre-buie să aibă auto-rizație, iar majori-tatea nu au."	„...intervine concu-rența de a-ți da copi-lul la un profesor cât mai bun care, logic, are tarife în funcție de valoare sau pres-tigiul creat. Așa ajung părinții la niște eforturi financiare copleșitoare."
S2	„Parcă s-a dezvoltat o industrie a învățămân-tului ; cu excepția câtorva profesori, parcă toți așteaptă să vină elevii la medi-tații."		„Altă formă de aju-tor a fost că mi-a dat ore care au costat enorm."
S3	„...e aproape imposibil să nu îți dai copilul la ore pe clasa a VIII-a sau a XII-a."		„Faptul că profesorii au învățat că este posibil un nou mod mai «rentabil» de predare, și anume orele particulare, îi determină ca la clasă să implementeze un minim de infor-mații."
S4 Elev român stabilit în Canada	„Chestia cu meditațiile mi se pare o tâmpenie, dacă copilul vrea să învețe, învață acasă, singur."	„Mie nu îmi trebuie meditații, nici nu există așa ceva, după părerea lor e ceva ilegal, pentru că dacă iei ore de la un pro-fesor, poți să îl plătești mai mult și el îți poate spune subiectele de la test."	„Chestia e urmă-toarea : aici, în România, nu o duceți așa bine, deși mulți copii învață de se rup. Dincolo și cei ce nu învață, să zicem că mătură strada, ăia iau de două ori cât ia un inginer aici în fabrică."

Meditațiile – ca formă de suport parental – au constituit o temă de discuții aprinse în cadrul focus-grupurilor, abordarea dominantă fiind critică la adresa unor profesori și a sistemului care le permite și le alimentează. Analiza a identificat câteva dimensiuni ale meditațiilor : (1) dezvoltarea unui adevărat sistem al acestora ; (2) percepția lor ca mijloc de suplimentare a veniturilor profesorilor ; (3) existența normelor ce le reglementează, eludate însă de o parte dintre cei care le practică ; și (4) „eforturile financiare copleșitoare" pe care le fac unii părinți. La unul dintre focus-grupuri unde s-a discutat cel mai consistent această problemă a participat și un elev din Canada, de origine română. Matricea pune în lumină concepția și atitudinea lui generată de un context social care nu cunoaște acest fenomen al meditațiilor – care, mai mult, este ilegal.

Anexa 3

Grilă de lectură: categorii standard pentru codarea programelor electorale[1]

Fiecare enunţ din programul electoral al unui partid este inclus în una dintre următoarele categorii:

DOMENIUL 1: **Relaţii externe**

101 Relaţii externe speciale: pozitiv

Menţionări favorabile despre anumite state cu care ţara are o relaţie specială. De exemplu, în cazul României: Republica Moldova; nevoia de a coopera cu şi/sau de a ajuta astfel de ţări.

102 Relaţii externe speciale: negativ

Menţionări negative despre anumite state cu care ţara respectivă are o relaţie specială; altminteri, ca la 101, însă negativ.

103 Antiimperialism

Referiri negative la exercitarea unei influenţe puternice (politică, militară sau comercială) asupra altor state; referiri negative la controlarea altor state; referiri negative la comportamentul imperialist al ţării respective şi/sau al altor ţări.

104 Armata: pozitiv

Nevoia de a menţine sau spori cheltuielile militare; modernizarea forţelor armate şi sporirea puterii armatei; reînarmare şi autoapărare; nevoia de a-şi respecta obligaţiile în tratatele militare; nevoia de a asigura efectivele necesare în armată.

1. Adaptare după sistemul de codare al Grupului de Cercetare Manifesto – http://
//academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/hcoding/budge1.htm (18.03.2003).

105 Armata: negativ

Menţionări favorabile despre reducerea cheltuielilor militare; dezarmare; „dezastrul războiului"; promisiuni de a reduce serviciul militar; altminteri, ca la 104, însă negativ.

106 Pacea

Pacea ca ţel general; declaraţii de credinţă în pace şi în mijloace paşnice de a rezolva crizele; dorinţa ca ţările să participe la negocieri cu state ostile.

107 Internaţionalism: pozitiv

Nevoia de cooperare internaţională; cooperarea cu anumite state, altele decât cele codate la punctul 101; nevoia de a ajuta ţările în curs de dezvoltare; nevoia de planificare mondială a resurselor; nevoia de tribunale internaţionale; susţinerea oricăror ţeluri internaţionale sau a oricăror state din lume; susţinerea Organizaţiei Naţiunilor Unite.

108 Comunitatea Europeană: pozitiv

Menţionări favorabile despre Comunitatea Europeană în general; dorinţa de extindere a Comunităţii Europene şi/sau de sporire a competenţei acesteia; dorinţa ţării de a se alătura.

109 Internaţionalism: negativ

Menţionări favorabile despre independenţă naţională şi suveranitate ca opuse internaţionalismului; altminteri, ca la punctul 107, însă negativ.

110 Comunitatea Europeană: negativ

Menţionări ostile la adresa Uniunii Europene; opoziţia faţă de anumite politici europene care sunt preferate de autorităţile europene; altminteri, ca la punctul 108, însă negativ.

DOMENIUL 2: **Libertate şi democraţie**

201 Libertatea şi drepturile omului

Menţionări favorabile despre importanţa libertăţii personale şi a drepturilor civile; eliberarea de controlul birocratic; libertatea cuvântului; eliberarea de constrângeri în sfera politică şi în cea economică; individualismul în ţara respectivă şi în alte ţări.

202 Democraţia

Menţionări favorabile despre democraţie ca metodă sau ţel în organizaţii naţionale şi în alte organizaţii; implicarea tuturor cetăţenilor în luarea deciziilor, precum şi sprijin generalizat pentru democraţia ţării respective.

203 Sistemul constituţional: pozitiv

Susţinerea unor anumite aspecte ale constituţiei; utilizarea sistemului constituţional ca argument al politicii, precum şi aprobarea generală a modului constituţional de acţiune.

204 Sistemul constituţional: negativ

Opoziţie faţă de constituţie în general sau faţă de anumite aspecte; altminteri, ca la punctul 203, însă negativ.

DOMENIUL 3: **Sistemul politic**

301 Descentralizarea

Susţinerea delegării de putere; o mai mare autonomie regională în politică sau economie; sprijin pentru menţinerea obiceiurilor sau simbolurilor locale sau regionale; menţionări favorabile despre respect special acordat ariilor locale; consideraţie faţă de expertiza locală.

302 Centralizarea

Opoziţie faţă de luarea deciziilor politice la nivelurile politice inferioare; susţinerea unei mai mari centralizări în procedurile politice şi administrative; altminteri, ca la punctul 301, însă negativ.

303 Eficienţa guvernamentală şi administrativă

Nevoia de eficienţă şi organizare în guvern şi administraţie; reducerea administraţiei civile; îmbunătăţirea procedurilor guvernamentale; interes general pentru a face procesul de guvernare şi cel de administrare mai ieftine şi mai eficiente.

304 Corupţia în politică

Nevoia de a elimina corupţia şi abuzul aferent din viaţa politică şi din viaţa publică.

305 Autoritatea politică

Menţionări favorabile despre o guvernare solidă, inclusiv despre stabilitatea politică; competenţa partidului respectiv de a guverna şi/sau lipsa unei asemenea competenţe în cazul altui partid.

DOMENIUL 4: **Economia**

401 Libera iniţiativă

Menţionări favorabile despre capitalismul liberei iniţiative; superioritatea iniţiativelor private asupra sistemelor de stat şi de control; menţionări favorabile despre drepturile proprietăţii private, despre

întreprindere şi iniţiativă personală; nevoia de iniţiative individuale nestânjenite.

402 Stimularea

Nevoia de politici salariale şi de taxe pentru a stimula iniţiativa; încurajarea pentru pornirea iniţiativelor; nevoia de stimuli financiari şi de alt fel.

403 Reglementarea pieţei

Nevoia de regulamente destinate să facă întreprinderile private să funcţioneze mai bine; acţiuni împotriva monopolurilor şi trusturilor şi pentru apărarea drepturilor consumatorului şi a afacerilor mici; încurajarea competiţiei economice; economie de piaţă socială.

404 Planificare economică

Menţionări favorabile despre planificare economică de lungă durată de natură consultativă sau imperativă, nevoia ca guvernul să creeze un astfel de plan.

405 Corporatism

Menţionări favorabile despre nevoia colaborării dintre patroni şi sindicate în planificarea economică globală şi în orientarea prin intermediul corpurilor tripartite ale guvernului, patronilor şi sindicatelor.

406 Protecţionism: pozitiv

Menţionări favorabile despre extinderea şi menţinerea tarifelor pentru protejarea pieţelor interne; alte mijloace de protecţionism economic intern, cum ar fi reducerea dividendelor.

407 Protecţionism: negativ

Susţinerea conceptului de comerţ liber; altminteri, ca la punctul 406, însă negativ.

408 Scopuri economice

Formularea intenţiei de a urmări orice scopuri economice care nu au fost acoperite de alte categorii din domeniul 4.

Notă: Această categorie este creată pentru a surprinde interesul general al partidelor pentru economie şi, de aceea, acoperă o varietate de scopuri economice.

409 Managementul cererii în stilul lui J.M. Keynes

Politică economică orientată spre cerere, spre reducerea fenomenului de depresiune economică şi/sau către sporirea cererii private prin sporirea cererii publice şi/sau prin sporirea cheltuielilor sociale.

410 Productivitate

Nevoia de a încuraja sau de a facilita o producţie sporită; nevoia de a lua măsuri în acest scop; importanţa productivităţii pentru economie; paradigma creşterii.

411 Tehnologie şi infrastructură

Importanţa modernizării industriei şi a metodelor de transport şi comunicaţie; importanţa dezvoltării ştiinţifice şi tehnologice în industrie; nevoia de pregătire şi cercetare.

Notă: Această categorie nu implică educaţia în general (vezi categoria 506).

412 Economie controlată

Nevoia generală de control guvernamental direct al economiei; controlarea preţurilor, a salariilor, a chiriilor etc.

413 Naţionalizare

Dreptul de proprietate guvernamentală, parţială sau completă, inclusiv dreptul de proprietate funciară al guvernului.

414 Practica economică

Nevoia de practici economice tradiţionale, cum ar fi reducerea deficitelor bugetare, restricţiile financiare pe timp de criză, cumpătare şi economii; susţinerea instituţiilor economice, cum ar fi bursa de valori şi sistemul bancar; susţinerea unui etalon monetar puternic.

DOMENIUL 5: **Prosperitatea şi calitatea vieţii**

501 Protecţia mediului

Protejarea mediului rural, a pădurilor etc.; protejarea generală a resurselor naturale împotriva intereselor egoiste; utilizarea adecvată a parcurilor naţionale; terasarea terenurilor etc.; îmbunătăţirea mediului.

502 Cultura

Nevoia de a oferi locuri special amenajate pentru cultură şi pentru petrecerea timpului liber, inclusiv pentru arte şi sport; nevoia de a cheltui bani pentru muzee, galerii de artă etc.; nevoia de a încuraja activităţile distractive de calitate şi mass-media culturale.

503 Dreptate socială

Conceptul de egalitate; nevoia de a trata corect toţi oamenii; protecţie specială pentru cei defavorizaţi; nevoia de a distribui corect resursele; eliminarea barierelor de clasă; eliminarea discriminării, cum ar fi discriminarea rasială sau sexuală etc.

504 Extinderea ajutorului social de la stat

Menţionări favorabile despre nevoia de a se introduce, menţine sau extinde ajutorul social sau programul de protecţie socială ; susţinerea serviciilor sociale, cum ar fi serviciul de asistenţă medicală sau locuinţele sociale.

Notă : Această categorie exclude educaţia.

505 Limitarea ajutorului social de la stat

Limitarea cheltuielilor pentru serviciile sociale sau pentru protecţia socială ; altminteri, ca la punctul 504, însă negativ.

506 Extinderea educaţiei

Nevoia de a extinde şi/sau de a îmbunătăţi pregătirea educaţională la toate nivelurile.

Notă : Această categorie exclude pregătirea tehnică, ea fiind codată la numărul 411.

507 Limitarea educaţiei

Limitarea cheltuielilor pentru educaţie ; altminteri, ca la punctul 506, însă negativ.

DOMENIUL 6 : **Structura societăţii**

601 Modul de viaţă naţional : pozitiv

Interesul pentru patriotism şi/sau naţionalism ; eliminarea unor libertăţi pentru a proteja statul de acţiuni subversive ; susţinerea ideilor naţionale consacrate.

602 Modul de viaţă naţional : negativ

Împotriva patriotismului şi/sau a naţionalismului ; opoziţie faţă de statul naţional existent ; altminteri, ca la punctul 601, însă negativ.

603 Moralitatea tradiţională : pozitiv

Menţionări favorabile despre valorile morale tradiţionale ; interzicerea, cenzurarea şi reprimarea imoralităţii şi a comportamentului necuviincios ; menţinerea şi stabilitatea familiei ; religia.

604 Moralitatea tradiţională : negativ

Opoziţie faţă de valorile morale tradiţionale ; susţinerea divorţului, a avortului etc. ; altminteri, ca la punctul 603, însă negativ.

605 Lege şi ordine

Aplicarea legilor ; acţiuni împotriva infracţionalităţii ; susţinerea şi acordarea de resurse poliţiei ; atitudini mai dure în tribunale.

606 Armonia socială

Interesul pentru efortul naţional şi pentru solidaritate ; nevoia ca societatea să se vadă ca fiind unită ; interesul pentru atitudinea publică ; criticarea atitudinilor antisociale pe timp de criză ; sprijinirea interesului public.

607 Multiculturalism : pozitiv

Diversitate culturală, comunitate, pluralitate culturală şi sprijinire ; păstrarea autonomiei moştenirilor religioase, lingvistice din interiorul ţării, inclusiv a modurilor speciale de pregătire educaţională.

608 Multiculturalism : negativ

Aplicarea sau încurajarea integrării culturale ; altminteri, ca la punctul 607, însă negativ.

DOMENIUL 7 : **Clase, grupuri şi categorii sociale**

701 Grupuri şi categorii muncitoare : pozitiv

Referiri favorabile la grupurile şi categoriile muncitoare, la şomeri ; susţinerea sindicatelor ; tratament bun aplicat meseriaşilor şi altor muncitori.

702 Grupuri şi categorii muncitoare : negativ

Abuzul de putere al sindicatelor ; altminteri, ca la punctul 701, însă negativ.

703 Agricultură şi fermieri

Susţinerea agriculturii şi a fermierilor ; orice politică îndreptată special în folosul acestora.

704 Clasa mijlocie şi grupurile profesionale

Referiri favorabile la clasa mijlocie, la grupurile profesionale, cum ar fi medicii sau avocaţii.

705 Grupuri minoritare defavorizate

Referiri pozitive la minorităţile defavorizate care nu sunt definite nici în termeni economici, nici demografici – de exemplu, persoanele cu handicap, homosexualii, imigranţii etc.

706 Grupuri demografice

Menţionări favorabile despre nevoia de asistenţă acordată femeilor, bătrânilor, tinerilor, grupurilor lingvistice etc. ; grupuri de interes special de toate felurile.

Glosar

Acord intercodor – măsură care arată cât de bine doi sau mai mulţi codori ajung la aceleaşi evaluări în codarea datelor.

Analiză de conţinut – tehnică de colectare şi organizare a informaţiilor într-un format care le permite cercetătorilor să facă inferenţe despre caracteristicile şi înţelesurile mesajelor (scrise şi orale) şi ale artefactelor comunicării sociale.

Analiză de conţinut calitativă – se bazează pe analiza conceptuală şi relaţională ; aplică regulile analitice specifice investigaţiei calitative a textului (identificarea temelor, atribuirea segmentelor de text, derivarea concluziilor).

Analiză de conţinut conceptuală – stabileşte prezenţa şi frecvenţa conceptelor într-un text.

Analiză de conţinut relaţională – se bazează pe analiza conceptuală, examinând relaţiile dintre conceptele textului.

Asocierea categoriilor – procesul identificării corelaţiilor dintre categorii ca bază pentru inferenţa conexiunilor esenţiale.

Audienţă – persoanele care sunt receptorii mesajului, mai ales a celui prin mass-media.

Canal – mijloacele comunicării prin care mesajele ajung de la sursă la destinaţie ; cele mai multe feluri de comunicare includ canale multiple.

Capacitatea comunicării – se referă la setul de abilităţi necesare pentru a controla mijloacele variate ale comunicării pentru realizarea eficientă a ei. Aceste abilităţi se află în legătură cu desfăşurarea cu succes a interacţiunii sociale.

Categorie – un concept care unifică un număr de observaţii, segmente de date sau concepte care au unele caracteristici sau note de conţinut comune, reprezentând un fenomen.

Categorii exhaustive – în limbajul datelor sunt reprezentate, fără excepţie, toate unităţile de înregistrare.

Categorii mutual exclusive – nici un bit al datelor nu se potriveşte în mai mult decât o categorie.

Categorizarea datelor – procesul atribuirii categoriilor la segmentele de date.

Clasificare – procesul organizării datelor în categorii sau clase şi identificarea conexiunilor formale dintre acestea.

Cod (1) – o prescurtare a denumirii categoriei.

Cod (2) – un sistem de semne legate prin convenţii.

Codare (1) – procesul de translatare a ideilor, simţămintelor şi opiniilor în semnale însoţite de convenţiile codului (de exemplu, vorbirea şi scrierea).

Codare (2) – procesele analitice prin care datele sunt descompuse, conceptualizate şi integrate pentru a forma teoria.

Comunicare – procesul creării şi difuzării înţelesului prin transmiterea şi schimbul semnelor. Acest proces cere interacţiune cu tine însuţi, între oameni sau între oameni şi maşini.

Concept – noţiune generală care reprezintă o clasă de obiecte.

Conectarea categoriilor – procesul identificării conexiunilor esenţiale prin asocierea categoriilor sau prin legarea datelor.

Conexiune esenţială – o relaţie interactivă între lucruri (de exemplu, X este cauza lui Y).

Conexiune formală – o relaţie similară sau diferită între lucruri (de exemplu, X şi Y aparţin aceleiaşi categorii).

Context – mediul în care comunicarea are loc. Contextul poate fi fizic, social şi cultural.

Cultură – o colecţie de credinţe, valori şi comportamente distinctive pentru un grup mare de oameni şi care este exprimată prin forme variate ale comunicării. Se obişnuieşte să identificăm cultura în termenii naţiunii (de exemplu, română), ariei (de exemplu, europeană), rasei sau religiei (de exemplu, islamică). Cultura este reprezentată în special prin îmbrăcăminte, religie şi formele artei, dar şi prin limbă.

Date calitative – date care se ocupă mai mult de înţelesuri decât de numere.

Date cantitative – date care se ocupă mai mult de numere decât de înţelesuri.

Decodare – se referă la înţelegerea şi interpretarea semnelor (de exemplu, ascultarea şi citirea).

Definirea categoriei – un set de criterii care determină atribuirea unei categorii unui segment de date.

Descriere – utilizarea cuvintelor pentru a exprima imaginea mentală a unui eveniment, o parte a unui peisaj (decor), scenă, o experienţă, emoţie sau senzaţie ; povestirea narată din perspectiva persoanei care o realizează.

Desfacere, separare, divizare – procesul identificării subcategoriilor şi subcategorizarea datelor.

Designul cercetării – procesul de a lua decizii legate de proiectul cercetării înainte ca acesta să fie dus la bun sfârşit.

Diagramă – reprezentare grafică schematică menită să prezinte relaţiile dintre concepte.

Dimensiuni – intervalul în care proprietăţile generale ale unei categorii variază, realizând specificarea unei categorii şi variaţia teoriei.

Eşantionare teoretică – eşantionare pe baza conceptelor emergente, cu scopul de a cerceta variaţia dimensională sau condiţiile diferite de-a lungul cărora variază proprietăţile conceptelor.

Feedback – comunicarea de răspuns la mesajul precedent. Acesta include ideea că emiţătorul adaptează stilul comunicării la feedbackul pe care îl primeşte. Feedbackul este prezent continuu în conversaţie. El poate fi un răspuns deliberat (de exemplu, o replică) ori unul neintenţionat (de exemplu, unele manifestări comportamentale nonverbale).

Fenomen – idei centrale (principale) din datele reprezentate sub formă de concepte.

Fidelitate – în analiza de conţinut, presupune ca persoane diferite să codeze acelaşi text în acelaşi mod.

Grad de variabilitate – gradul până la care un concept variază în mod dimensional de-a lungul proprietăţilor sale.

Hiperlegătură (hyperlink, hypermedia) – o legătură electronică între două segmente (bucăţi) de date.

Identificare (regăsire) – un proces de compilare a datelor sub unele categorii sau combinaţii de categorii, în scopul realizării comparaţiei.

Informaţie – se referă în primul rând la locul real al comunicării, incluzând faptele (obiective şi adevărate) despre lume. Într-un sens mai larg, termenul poate include orice se poate adăuga la cunoştinţele noastre despre lume şi oameni. În acest caz, credinţele şi opiniile transmise şi primite pot fi descrise ca informaţie. Informaţia serveşte la reducerea incertitudinii – cunoaştem mai mult decât înainte de a dobândi informaţia.

Întrebarea cercetării – întrebarea specifică adresată prin cercetare care stabileşte parametrii proiectului şi sugerează metodele care urmează să fie folosite pentru colectarea şi analiza datelor.

Înţelegerea – reprezintă ce este semnificativ din mesajul purtat de semne, mesaj pe care îl transmitem sau îl recepţionăm. Înţelesurile mesajelor sunt în capul nostru, nu în cuvinte sau imagini. Ce anume înţelege un transmiţător prin semnele emise poate fi diferit de ce înţelege un receptor prin semnele recepţionate.

Legătură – o conexiune esenţială între două segmente de date; interpretarea conceptuală a hiperlegăturii.

Limbă – este un termen larg folosit, care se referă la un sistem/cod pentru organizarea semnelor potrivit convenţiilor. Învăţarea modului de folosire a limbii native este fundamentală pentru a putea deveni fiinţă socială. Folosim limba pentru scopuri personale (să gândim, să organizăm ideile şi percepţiile, să imaginăm), pentru scopuri sociale (să schimbăm mesaje unul cu altul) şi pentru scopuri culturale (să înregistrăm trecutul şi să transmitem idei şi valori pentru viitor).

Matrice – un aranjament rectangular al rândurilor şi coloanelor pentru organizarea şi prezentarea sistematică a datelor, care permite cercetătorului să prezinte o descriere explicativă mai completă şi mai convingătoare a fenomenului cercetat.

Măsurare – atribuirea de numere obiectelor sau evenimentelor potrivit unor reguli.

Măsură – definirea graniţelor sau limitelor fenomenului.

Mediu/media – un canal sau mijloacele comunicării. Obişnuit, un mediu cuprinde mai mult decât o formă a comunicării. Aici, cuvântul *media* nu se referă la mass-media.

Mesaj – o unitate a informaţiei, fie a unui fapt, fie a unei opinii, care a trecut printr-un canal. În cele mai multe exemple ale procesului de comunicare este trecut mai mult decât un singur mesaj. Mesajul reprezintă conţinutul unei părţi a comunicării.

Mesaje acoperite – sunt mesajele ascunse, intenţionat sau nu. Pot fi mesaje despre credinţe, opinii şi atitudini.

Mesaje deschise – sunt mesajele evidente.

Metode – set de proceduri şi tehnici de colectare şi analiză a datelor.

Metodologie – felul în care cercetarea este realizată, modul în care cunoştinţele noi sunt generate şi justificate.

Modelul comunicării – este o descriere simplificată a unui proces de comunicare ce se exprimă în mod obişnuit, grafic, sub forma unei diagrame şi care arată elementele şi relaţiile din cadrul acestui proces.

Notiţe (memos) – înregistrarea (notarea) realizată de cercetător a analizei, gândurilor, interpretărilor, întrebărilor şi direcţiilor de urmat pentru colectarea datelor; înregistrări (notiţe) despre analiză, care pot varia ca tip şi formă.

Notiţe operaţionale – însemnări care conţin instrucţiuni de procedură şi pentru reamintire.

Notiţe teoretice – însemnări de sensibilizare şi rezumare care conţin gândurile şi ideile analistului despre eşantionarea teoretică şi alte probleme.

Obiectivitate – capacitatea de a realiza un anumit grad al distanţării faţă de materialele cercetării şi de a le reprezenta corect; capacitatea de a asculta cuvintele respondenţilor şi a le da o voce distinctă de cea a cercetătorului.

Operaţionalizare – procesul dezvoltării măsurilor, construcţia tehnicilor concrete, reale de măsurare.

Ordonare conceptuală – organizarea (şi uneori evaluarea) datelor potrivit unui set selectiv şi specificat al proprietăţilor şi dimensiunilor lor.

Paradigmă – instrument analitic conceput pentru a-i ajuta pe analişti să integreze structura cu procesul.

Pattern – observaţiile sau relaţiile care se produc frecvent în date.

Problema cercetării – domeniul general sau esenţial de interes pentru cercetare.

Proces (1) – secvenţele unei acţiuni/interacţiuni aparţinând unui fenomen pe măsură ce acesta evoluează în timp; secvenţele evoluţiei acţiunii/interacţiunii, schimbările care pot fi atribuite modificărilor din condiţiile structurale.

Proces (2) – comunicarea este descrisă ca un proces deoarece nu este statică. Se referă la actul comunicării, care include factori variaţi ce contribuie la comunicare.

Proprietăţi – caracteristicile unei categorii, a cărei descriere o defineşte şi îi dă înţeles.

Punerea întrebărilor – mecanism analitic folosit la începutul cercetării şi eşantionării.

Realizarea comparaţiilor teoretice – instrument analitic folosit pentru a stimula gândirea despre proprietăţile şi dimensiunile categoriilor.

Relaţionarea datelor – procesul identificării conexiunilor esenţiale dintre segmentele de date ca bază pentru identificarea conexiunilor esenţiale dintre categorii.

Reţea de comunicare – traseul canalelor de comunicare într-o unitate socială ce cuprinde diferite posturi de muncă.

Reţeaua (harta) conceptelor (concepts map) – diagramă reprezentând forma şi sfera conceptelor şi conexiunilor în analiză, care permite cercetătorului să prezinte procesul interpretării rezultatelor într-un format grafic.

Reţele semantice – instrumente vizuale care descriu tipurile relaţiilor dintre categorii şi concepte care explică fenomenul.

Saturaţie teoretică – punctul în dezvoltarea categoriei în care nu mai apar proprietăţi, dimensiuni sau relaţii noi în timpul analizei.

Segment (bucată, bit) de date – o parte a datelor considerată „unitate de înţelegere" pentru scopul analizei.

Segmentarea datelor – un segment de date care este desfăcut şi pus în relaţie cu segmente de date similare, pentru realizarea comparaţiei.

Semiologie – disciplina sau domeniul de studiu care examinează semnele şi înţelesurile acestora.

Semn – unitate singulară a comunicării care poartă un înţeles ori înţelesuri învăţate prin educaţie şi socializare. Despre orice putem spune că are un înţeles poate fi definit ca semn, fie că este un cuvânt, fie că este un obiect.

Sensibilitate conceptuală – abilitatea de a surprinde nuanţele subtile, sugestiile şi sensurile datelor.

Socializare – procesul prin care învăţăm credinţele dominante, valorile şi comportamentele acceptate în societate. Astfel definită, socializarea se referă şi la învăţarea comunicării. Familia, şcoala şi media sunt cei mai semnificativi agenţi ai socializării.

Structura comunicărilor – modul real de distribuire a mesajelor pe diferitele canale ale reţelei de circulaţie a informaţiei într-o unitate socială.

Structură – contextul condiţiilor în care este situată o categorie (un fenomen).

Teorie – un grup de concepte bine elaborate legate prin afirmarea relaţiilor care, împreună, constituie un cadru de lucru integrat şi care poate fi folosit pentru a explica fenomene sau a le prezice.

Text – descrie orice parte a materialului media care foloseşte o formă de comunicare. Programele de televiziune, articolele din ziare, jocurile de pe computer sunt toate texte.

Unitate de analiză (numărare) – reprezintă elementul după care datele sunt analizate şi rezultatele sunt prezentate; în cele mai multe investigaţii sociale, persoana individuală este atât unitate de colectare a datelor, cât şi unitate de analiză.

Unitate de context – acel segment al comunicării care ne permite să vedem dacă unitatea de înregistrare are o orientare pozitivă, negativă sau neutră; mărimea ei este determinată de mărimea unităţii de înregistrare, putând fi mai mare sau cel puţin egală cu ea.

Unitate de înregistrare (colectare a datelor) – elementul folosit pentru măsurarea variabilelor; partea de comunicare ce urmează a fi codată (etichetată) şi folosită în una dintre formele de analiză.

Validitate – în analiza de conţinut, se referă la corespondenţa categoriilor cu concluziile, precum şi la capacitatea de generalizare a rezultatelor la nivelul unei teorii.

Variabilă – un concept care variază prin natură (felul categoriei) şi cantitate; un construct definibil şi măsurabil care variază, adică are valori diferite pentru cazuri sau unităţi diferite.

Bibliografie

Agabrian, M. (2001a), „Teme ale mesajului presei în campania electorală. Analiza calitativă de conţinut asistată de computer", *Annales Universitatis Apulensis*, Seria Sociologie 1, Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia.

Agabrian, M. (2001b), „Analiza calitativă de conţinut. Metodologia teoriei fundamentate", *Annales Universitatis Apulensis*, Seria Sociologie 1, Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia.

Agabrian, M. (2003a), *Sociologie generală*, Institutul European, Iaşi.

Agabrian, M. (2003b), „Metode combinate de cercetare a socioumanului. Date cantitative şi date calitative", *Annales Universitatis Apulensis*, Seria Sociologie 3, Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia.

Agabrian, M. (2004a), *Cercetarea calitativă a socialului. Design şi performare*, Institutul European, Iaşi.

Agabrian, M. (2004b), „Presa despre problemele învăţământului superior – o analiză de conţinut", *Annales Universitatis Apulensis*, Seria Sociologie 4, Universitatea „1 Decembrie 1918", Alba Iulia.

Agabrian, M., Millea, V. (2005), *Parteneriate şcoală – familie – comunitate*, Institutul European, Iaşi.

Baker, L. (1988), *Communication*, Prentice Hall, New York.

Balle, Fr. (1997), „Comunicarea", în Raymond Boudon (coord.), *Tratat de sociologie*, Humanitas, Bucureşti.

Berelson, B. (1952), *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe, IL.

Berg, E., Fuchs, M. (eds.) (1993), *Kultur, soziale Praxis, Text : Die Krise der ethnographischen Reprasentation*, Suhrchamp, Frankfurt.

Berger, P. şi Luckmann, Th. (1966), *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Penguin, Harmondworth.

Berlo, D. (1960), *The Process of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York.

Blaikie, N. (2000), *Designing Social Research. The Logic of Anticipation*, Polity Press, New York.

Carley, K. (1990), „Content analysis", în R.E. Asher (ed.), *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, Pergamon Press, Edinburgh.

Carley, K. (1992), „Coding Choices for Textual Analysis: A Comparison of Content Analysis and Map Analysis", în P. Marsden (ed.), *Sociological Methodology*, Blackwell, Oxford, pp. 75-126.

Chelcea, S. (1985), *Semnificaţia documentelor sociale*, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti.

Chelcea, S. (2001), *Metodologia cercetării sociologice : metode calitative şi cantitative*, Editura Economică, Bucureşti.

Chelcea, S. şi Iluţ, P. (coord.), *Enciclopedie de psihosociologie*, Editura Economică, Bucureşti.

Clifford, J., Marcus, G.E. (eds.) (1986), *Writing Culture : The Poetics and Politics of Ethnography*, University of California Press, Berkeley, CA.

Cohen, J. (1960), „A Coefficient of Agreement for Nominal Scales", *Educational and Psychological Measurement*, 20 (1), pp. 37-46.

Cuilenburg, J.J. Van, Scholten, O., Noomen, G.W. (2000), *Teoria comunicării*, Humanitas, Bucureşti.

Culic, I. (2004), *Metode avansate în cercetarea socială. Analiza multivariată de interdependenţă*, Polirom, Iaşi.

Denzin, N., Lincoln, Y.S. (1994), „Introduction: Entering the Field of Qualitative Research", în N. Denzin, Y.S. Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Londra, pp. 1-18.

Dimbleby, Richard, Burton, Graeme (1998), *More Than Words. An Introduction to Communication*, ed. a III-a, Routledge, Londra - New York.

Ender, Ph. (1999), „Multivariate Analysis. Hierarchical Cluster Analysis", http://www.gseis.ucla.edu/ender/ender.html.

Goodman, N. (1978), *Ways of Worldmaking*, Hackett, Indianapolis.

Gottschalk, L.A. şi Bechtel, R.J. (1993), *Psychologic and Neuropsychiatric Assessment Applying the Gottschalk-Gleser Content Analysis Method to Verbal Sample Analysis Using the Gottschalk-Bechtel Computer Scoring System*, Mind Garden, Palo Alto, CA.

Gray, J.H. şi Densten, I.L. (1998), „Integrating Quantitative and Qualitative Analysis Using Latent and Manifest Variables", *Quality and Quantity*, 32, pp. 419-431.

Hogenraad, R., Mckenzie, D.P. şi Péladeau, N. (2003), „Force and Influence in Content Analysis: The Production of New Social Knowledge", în *Quality and Quantity*, 37 (3), august 2003, pp. 221-238 (18).

Holsti, Ole R. (1968), „Content Analysis", în Gardner Lindyey şi Elliot Aronson (eds.), *Handbook of Social Psychology*, ed. a II-a, vol. 2, pp. 596-692, Addison-Wesley, Reading, MA.

Holsti, Ole R. (1969), *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, Addison-Wesley, Reading, MA.

Iluţ, P. (1997), *Abordarea calitativă a socioumanului. Concepte şi metode*, Polirom, Iaşi.

Iluţ, P. (2004), *Valori, atitudini şi comportamente sociale. Teme actuale de psihosociologie*, Polirom, Iaşi.

International Encyclopaedia of Communications, vol. 1-4 (1989), Oxford University Press.

Krippendorff, K. (1969), „Models of Messages: Three Prototypes", în G. Gerbner, O.R. Holsti, K. Krippendorff, W.J. Paisley şi Ph.J. Stone (eds.), *The Analysis of Communication Content*, Wiley, New York.

Krippendorff, K. (1980), *Content Analysis : An Introduction to Its Methodology*, Sage Publications, Beverly Hills.

Krippendorff, K. (2004), *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Sage, Londra.

Lacy, S.R., Robinson, K. şi Riffe, D. (1995), „Sample Size in Content Analysis of Weekly Newspapers", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72, pp. 336-345.

Lasswell, H.D., Lerner, D. şi Pool, Ithiel de Sola (1952), *The Comparative Study of Symbols : An Introduction*, Stanford University Press, Hoover Institute and Library on War, Revolution, and Peace, Stanford.

Lombard, M., Snyder-Duch, J., Bracken, C.C. (2003), „Practical Resource for Assessing and Reporting Intercoder Reliability", *Content Analysis Research Projects*, http://www.temple.edu/mmc/reliability.

Luhn, H.P. (1958/1968), „The Automatic Creation of Literature Abstracts", în C.K. Schultz (ed.), *H.P. Luhn : Pioneer of Information Science. Select Works*, Spartan Books, New York, pp. 119-125.

Markoff, J., Shapiro, G. şi Weitman, S.R. (1974), „Toward the Integration of Content Analysis and General Methodology", în D. Heise (ed.), *Sociological Methodology*, Jossey-Bass, San Francisco, pp. 1-58.

Marshall, G. (ed.) (2003), *Oxford. Dicţionar de sociologie*, Univers Enciclopedic, Bucureşti.

Mayring, Ph. (1983), *Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken*, Deutscher Studien Verlag, Weinheim.

Mayring, Ph. (2000), „Qualitative Content Analysis", *Forum : Qualitative Social Research* (on-line), 1 (2), http : //qualitative-research.net/fqs/fqs-e/2-00inhalt-e.htm.

Mcquail, D. (1999), *Comunicarea*, Institutul European, Iaşi.

Melina, A. şi Züll, C. (1999), *A Review of Software for Text Analysis*, ZUMA-Nachrichten Spezial, Band 5, Mannheim.

Milles, M.B., Huberman, A.M. (1994), *Qualitative Date Analysis : An Expanded Source-Book*, Sage, Thousand Oaks, CA.

Mills, Wright C. (1959/1975), *Imaginaţia sociologică*, Editura Politică, Bucureşti.

Neuendorf, K.A. (2002), *The Content Analysis Guidebook*, Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA.

Neuman, W.L. (1997), *Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approches*, Allyn and Bacon, Boston.

Ogilvie, D.M., Stone, P.J. şi Schneidman, E.S. (1966), „Some Characteristics of Genuine Versus Simulated Suicide Notes", în P.J. Stone, D.C. Dunphy, M.S. Smith şi D.M. Ogilvie (eds.), *The General Inquirer : A Computer Approach to Content Analysis*, MIT Press, Cambridge, pp. 527-535.

Orleans, M., *Sociology of Comunication*, http : //hss.fullerton.edu.

Palmquist, M.E., Carley, K.M. şi Dale, Th.A. (1997), „Applications of Computer-Aided Text Analysis : Analyzing Literary and Nonliterary Texts", în Carl W. Roberts (ed.), *Text Analysis for Social Sciences : Methods for Drawing Statistical Inferences from Texts and Transcripts*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, pp. 171-189.

Rotariu, T. (1986), *Metode şi tehnici de cercetare sociologică* (curs), Universitatea „Babeş-Bolyai", Cluj-Napoca.

Rotariu, T., Iluţ, P. (1997), *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică*, Polirom, Iaşi.

Rotariu, T. (coord.), Bădescu, G., Culic, I., Elemér, M., Mureşan, C. (1999), *Metode statistice aplicate în ştiinţele sociale*, Polirom, Iaşi.

Sandu, D. (2004), *Elite ale României rurale despre integritatea europeană*, http : //www.infoeuropa.ro/ieweb/jsp/page.jsp ? cid=193&lid=1&id=3183.

Seidel, J., Kelle, U. (1995), „Different Functions of Coding in the Analysis of Textual Data", în U. Kelle (ed.), *Computer-Aided Qualitative Data Analysis : Theory, Methods and Practice*, Sage, Londra, pp. 52-61.

Sfez, L. (2002), *Comunicarea*, Institutul European, Iaşi.

Schütz, A. (1962), *Collected Papers*, M. Nijhoff, Hingham, MA.

Singleton, R.Jr., Straits, B., Straits, M. şi McAllister, R. (1988), *Approaches to Social Research*, Oxford University Press, New York.

Stempel, G.H. (1952), „Sample Size for Classifying Subject Matter", *Dailies. Jurnalism Quarterly*, 29, pp. 333-334.

Stone, Ph.I., Dunphy, D.C., Smith, M.S. şi Olgivie, D.M. (1996), *The General Inquirer : A Computer Approach to Content Analysis*, MIT Press, Cambridge.

The United State General Accounting Office, http : //www.gao.gov.

Thom, Fr. (1993), *Limba de lemn*, Humanitas, Bucureşti.

Underwood, M., *Communication Studies, Cultural Studies, Media Studies Infobase*, http : //www.cultsock.co.uk/MUHome/cshtml.

Vasiliu, E. (2000), „Presa ca evaluator al activităţii parlamentare în spaţiul public", în E. Zamfir, I. Bădescu şi C. Zamfir (coord.), *Starea societăţii româneşti după 10 ani de tranziţie*, Editura Expert, Bucureşti.

Watson, J. (1985), *What is Communication Studies ?* , Edward Arnold, Londra.

Weaver, A. şi Atkinson, P. (1994), *Microcomputing and Qualitative Data Analysis*, Avebury, Aldershot.

Weber, R.Ph. (1990), *Basic Content Analysis*, ed. a II-a, Sage Publications, Newbury Park, CA.

Weitzman, E.A., Miles, M.B. (1998), *Computer Programs for Qualitative Data Analysis. A Software Sourcebook*, ed. a II-a, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Wolf, M. (1992), *A Thrice Told Tale : Feminism, Postmodernism and Ethnographic Responsibility*, Stanford University Press, Stanford.

Woodrum, E. (1984), „«Mainstreaming» Content Analysis in Social Science : Methodological Advanges, Obstacles, and Solutions", *Social Science Reasearch*, 13, pp. 1-19.

*** (2003), „Multidimensional Scaling", http : //www.statsoft.com/textbook/stmulsca.html.

*** „A Sociogical Tour Through Cyberspace : Communication Studies", http : //www.trinity.edu/~mkearl/commun.html.

Index

A

B

C

Richard A. Krueger, Mary Anne Casey – *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*

Ronald F. King – *Strategia cercetării. Treisprezece cursuri despre elementele ştiinţelor sociale*

Petru Iluţ – *Sociopsihologia şi antropologia familiei*

Dumitru Sandu – *Dezvoltare comunitară. Cercetare, practică, ideologie*

Cătălin Zamfir – *Spre o paradigmă a gândirii sociologice*

Mircea Agabrian – *Analiza de conţinut*

în pregătire:

Adrian Hatos – *Sociologia educaţiei*

Cătălin Zamfir, Laura Stoica (coord.) – *O nouă provocare: dezvoltarea socială*

www.polirom.ro

Redactor: Cezar Petrilă
Coperta: Tudor Răileanu
Tehnoredactor: Gabriela Gheţău

Bun de tipar: februarie 2006. Apărut: 2006
Editura Polirom, B-dul Carol I nr. 4 • P.O. Box 266
700506, Iaşi, Tel. & Fax: (0232) 21.41.00; (0232) 21.41.11;
(0232) 21.74.40 (difuzare); E-mail: office@polirom.ro
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33,
O.P. 37 • P.O. Box 1-728, 030174
Tel.: (021) 313.89.78; E-mail: office.bucuresti@polirom.ro

Tiparul executat la S.C. LUMINA TIPO s.r.l. str. Luigi Galvani nr. 20 bis, sect. 2, Bucureşti Tel./Fax: 211.32.60, 212.29.27, E-mail: office@luminatipo.com